الإعلام الإلكتروني

عبدالعزيز الشريف





الجنادرية
للنشر والتوزيع
ALJANADRIA

الإعلام الإلكتروني

عبدالعزيز خالد الشريف

الطبعة الأولى ٢٠١٤



دار يافا العلمية للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠١٣/٧/٢٥٧٨

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

الطبعة الأولى ، 2014



دار يــافــا العلمية للنشــر والتوزيع

الأردن - عمان - تلفاكس ٤٧٧٨٧٧٠ ٦ ٠٠٩٦٢
ص.ب ٥٢٠٦٥١ عمان ١١١٥٢ الأردن
E-mail: dar_yafa @yahoo.com

المقدمة

الإعلام أخذ ويأخذ حيزاً كبيراً من حياتنا فنحن بدون وعي نمارس عمليات إتصالية من والى بكل الإتجاهات وعن طريق طرق مختلفة، نشأ الإعلام بطرق عده وأتخذ الإتصال الأساس القوي الذي من خلاله يقوم المرسل بإرسال ما يريد من معلومات ليتلقاها المستقبل ويستفيد منها.

فكانت الصحافة المكتوبة هي الوسيلة الأبرز لنشر الثقافة الإعلامية بين الشعوب وبقيت إلى يومنا هذا الوسيلة الأكثر كلاسيكية في تبادل المعلومات والمعارف، ولحقها التلفاز بمحطاته وأيضاً دور السينما كوسائل وقنوات إعلامية تبث كافة أنواع المخاطبات بين البشر.

لم يتوقف عند ذلك الأمر؛ فبعد بزوغ فجر الإنترنت والشبكة العنكبوتية في بداية التسعينات وما ألحقته من ثورة عارمه في أنحاء الكرة الأرضية وجد المرسلون والمستقبلين أنفسهم امام عالم من الفرص لتبادل الرسائل والإتصالات الإعلامية المختلفة فبدأت الصحف المطبوعة تنشر صفحات رقمية لها مطابقة للصفحات المطبوعة وبدأت المجلات والمنشورات الورقية أيضاً تأخذ منحى رقمي كما تبعتها القنوات التلفزيونة والفضائية فكل منها أصبح لها موقعه على الإنترنت كقناة أخرى في عالم إفتراضي تلعب دوراً مهماً ويكاد يكون رئيسي في بعضها في إيصال الرسالة للمستقبل.

كتابي هذا جاء كفكرة بسيطة وهي تلخيص مبادئ الإعلام الإلكتروني ومستقبله وتطبيقاته داخل مرجع أرجو من الله ان يكون مفيداً لك أخي القارئ، فقد تنوعت مواضيعه بداية من تعريف الإعلام ووسائله ثم توسعنا بالخبر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية وبعد ذلك تطرقنا الى العمل الصحفي والتحريري الإلكتروني بكافة طرقه ومفاهيمه ومصطلحاته بشكل مختصر ومبسط، بالإضافه الى بعض التطبيقات على مفاهيم الإعلام الرقمي مثل المدونات مواقع التواصل

الإجتماعي التي أحدثت تغييرات كثيرة في حياتنا اليومية وطريقة تعاطينا مع من نعرفهم وحتى وجد لها بعد سياسي وثوري في منطقتنا العربية كما حدث.

أرجو من الله ان أكون قد وفقت بسرد مواضيع الكتاب بشكل مفيد لكل من تناوله ودرسه وبحث فيه وخاصة طلاب العلم الذين يحملون على أعتاقهم مستقبل أجيالنا وبلداننا وأمتنا.

المؤلف

الفصل الأول

مفهوم الإعلام وتطوره

الفصل الأول

مفهوم الإعلام وتطوره

مفهوم الإعلام

أ-لغة: مصدر الفعل الرباعي المزيد "أعلم" ومجرد الثلاثي "علم" والعلم نقيض الجهل فالعلم هو الحصول على المعرفة بنقلها من ذهن إلى ذهن آخر، أو بنقلها من الواقع إلى الذهن مباشرة وقد يدل العلم على المعرفة الأصلية التي لا تحتاج إلى تجربة ولا إلى نقل.

ب- اصطلاحاً: يعرف الإعلام كذلك بأنه عملية ديناميكية تهدف إلى توعية وتثقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل مواده المختلفة وتتابع برامجه وفقراته

يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي فوظيفة الإعلام الإبلاغ، الشرح والتفسير والتثقيف والامتناع: فهو تغيير عملي لتكوين المعرفة والإطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه وفي كل مرفق من مرافق حياته .

فالإعلام شبيه بالشبكة العصبية الممتدة والمتفرغة والمتشعبة خلال الجسم والتي تنقل الإحساس وتستجيب لكل المؤثرات الخارجية والداخلية التي تطرأ على هذا الجسم الواحد، ويتضمن ميدان دراسته جميع أشكال الفن والاتصال بين الأحياء والتعليم المدرسي والعلاج النفسي وأعمال المجالس واللجان وعلم اللغات والبحث التاريخي، ويمكن القول أن الإعلام في إمكاناته وفي دقته الكبيرة واختلاف طرق تعبيره وهو أكثر أشكال السلوك ذات الصفة الإنسانية

وبغض النظر عن عشرات التعريفات المختلفة التي وردت للإعلام فنقول بكل بساطة أنه عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية

والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والتعليمية والإرشادية للمجتمع.

وسواء كانت هذه الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مسايرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية، والأبعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملائم فيه، ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموما، إيجابا وسلبا في الأساس على ضوء هذا المفهوم.

تطور الإعلام والمعلومات

مرت وسائل الاتصال بعدد من الثورات بعد مرحلة الإشارات والعلامات ابتداء من اختراع جوتنبرج للطباعة والمطبعة مرورا باختراع اللاسلكي الذي تطور لاختراع الراديو والتلفزيون ثم الأقمار الاصطناعية والانترنت والألياف الضوئية ، والتزاوج بين الانترنت كوسيلة اتصال حديثة وبين الوسائل التقليدية.

لقد مثل ظهور الكمبيوتر أهم حدث منفرد في تاريخ التكنولوجيا ، فقد كانت أجهزة الكمبيوتر العامل الأساسي للتغير خلال الخمسين سنة الماضية وبخاصة في مجال المال والتجارة والاقتصاد وفي إطار عملية التطوير والتأثير في المجتمع بصفة عامة ولذلك نطلق على هذا العصر عصر المعلومات في كل الميادين The Information Age

ومن ذلك ميدان الهندسة الوراثية والطب والفضائيات Aerospace وتكنولوجيا المركبات ذات الدفع Automotive Technology وكثير غيرها ، وما يزال تأثير الكمبيوتر يزداد ويتسع ويتنوع وأصبحت صناعة الحوسبة تلخيصا للتكنولوجيا الفائقة High Technology.

يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي ، ونحن نعيش فعلا مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال ، وتشكل المعلومات أساسا في التنوير والتطوير ، ومن يملك

المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب فانه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شئ بعيدا عن العشوائية والارتجالية ، ويشير مصطلح تفجر المعلومات Information Explosion إلى اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري ، وتشتت الإنتاج الفكري ، وتنوع مصادر و أشكال المعلومات كالدوريات والكتب والبحوث والبيانات والندوات والمؤتمرات والرسائل العلمية الجامعية وبراءات الاختراع ، والمواصفات القياسية مما يحتاج إليه مجتمع المعلومات Information Society.

التكنولوجيا Technology هي بوجه عام المعرفة وأدوارها التي يستخدمها الإنسان للتأثير في العالم الخارجي ، ولها عنصران يكمل بعضها بعضا ، العنصر المادي المتمثل في الآلات والمعدات والعنصر العلمي والمنهجي الذي يشمل الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادية ، لذا نجد أن تكنولوجيا الاتصال Communication Technology تقوم على عاملين

الأول : الفكري والمعرفي ويتمثل في علم الاتصال.

الثاني : المادي والتقني المتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال المعلومات وصولا إلى تكنولوجيا المعلومات ومرحلة التفاعلية.

ماهو الاتصال :

جوهر عملية الاتصال Communication Process هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

الاتصال هم العملية الأم أو الرئيسة التي تشتمل على عمليات فرعية أو أنشطة متنوعة مختلفة من حيث الأهداف وتتفق جميعا فيما بينها على أنها عمليات

اتصال بالجماهير ، ومن ذلك الإعلام بأنواعه ومستوياته والحرب النفسية والدعوة والعلاقات العامة.

المعلومات Information هي المادة الخام لعملية الاتصال بأشكالها وألوانها تهدف إلى توصيل الإشارة أو الرسالة وهي المعلومة والإعلام عنها ، وتتصل المعلومات بجوهر أي تعامل بشري بين فرد وجماعته أو بين مجموعة ومجموعة أخرى.

يشترك كل من علم الاتصال وعلم المعلومات في الاستفادة والاستناد إلى نظرية المعلومات Information Theory وهي فرع من النظرية الإحصائية لعلوم الاتصال لصاحبها " كلود شانون Claude Shannon " عام ١٩٤٨ التي تهدف إلى قياس محتوى المعلومات في الرسائل الاتصالية ، والاستخدام الأساسي لهذه النظرية في علوم الاتصال وبخاصة تصميم أجهزة الاتصالات ذات الذكاء والكفاءة.

نخلص من ذلك إلى أن تطور وسائل الاتصال أدى إلى تجسيد نظرية مارشال ماكلوهان (العالم قرية صغيرة) أي أن تكنولوجيا الاتصال كسرت الحدود والمسافات والمستويات فكان الهاتف أهم وسيلة اتصال انتشرت في بداية القرن العشرين والتلفزيون في منتصفه ، والانترنت في أواخر القرن العشرين فتحول العالم بذلك إلى القرية الالكترونية والتي يسودها هذه الأيام ثورة وسائل الاتصال الجماعي ومن أبرزها " الفيس بوك ، وتويتر" ، وغير ذلك **ومن أهم سمات التطور التكنولوجي الاتصالي في المرحلة الالكترونية كما يلي :**

١- اختراع وسائل اتصال جديدة وفق وظائف جديدة.

٢- مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تطوير الإنتاج الإعلامي.

٣- خدمت شبكة الانترنت وسائل الإعلام الجماهيري وعملت على تطويرها وعولمتها ، والإنسان حر في اختيار الوسيلة المناسبة.

٤- حجم المعلومات المتاحة زاد من فرص الحصول على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة في عملية إرسال المعلومات واستقبالها.

٥- هذه التكنولوجيا تسعى إلى تحطيم الحواجز وتخليص الإعلام من التلقي السلبي إلى التلقي الايجابي أي عملية التفاعل ، فالمشارك لم يعد سلبيا بل هوايجابي انتقالي.

٦- ظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة Narrowcasting.

٧- أدى التطور إلى عولمة وسائل الإعلام عن طريق الاتصال والتواصل بالإمكانيات التكنولوجية المتطورة والتكنولوجيا التفاعلية Interactive Tech ، وتكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط Multi Media Communication Tech ، وهي التي أدت إلى تحطيم الحواجز بين ماهو جمهوري أو لا جمهوري Demassfigation.

فإن التطور التكنولوجي أدى إلى دور شديد التأثير في وسائل الإعلام التي أصبحت بالفعل السلطة الأولى قبل سلطات التشريع والتنفيذ والقضاء بفعل قدرتها على التأثير والتغيير كما نرى هذه الأيام في ثورات الشباب بفضل وسائل التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " وهو ما يؤكد المقولة المشهورة عن الزعيم البولندي البارز " ليش واليسا : عندما سئل عن أسباب انهيار الأنظمة الشيوعية في دول شرق أوروبا والاتحاد السوفييتي فقال باختصار " إن كل ماحدث بدا من التلفزيون "

ومع تطور البث الفضائي والسماوات المفتوحة والتعددية الإعلامية وسهولة إطلاق الفضائيات عند توفر المال والتقنيات اللازمة ، انطلق في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي ومن أبرزها " الفيس بوك " الذي لعب دورا مهما وفاعلا في ثورات الشباب التي تطوف في البلاد العربية والنامية وتهدد الدول الكبرى في بعض الأحيان.

الفصل الثاني

الإعلام التفاعلي

الفصل الثاني

الإعلام التفاعلي

مفهوم الإعلام التفاعلي

شهد العالم منذ منتصف القرن العشرين قفزات تكنولوجية هائلة من أهمها نظم الاتصالات فظهر مجتمع المعلومات Information Society ، نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية ذات القدرة الفائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان ، وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية القادرة على تخزين البيانات بكثرة وسهولة في الاسترجاع وفي ثوان قليلة ، وساعد ذلك على ظهور شبكة المعلومات عن طريق وسائل الاتصال الفورية على الأرض أومن خلال الفضاء فأضافت هذه الشبكات بعدا مهما على قدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها وإنتاج المعلومات وبثها والتعامل معها في الحال.

الانترنت شبكة اتصالات عالمية ضخمة جدا تربط عشرات الآلاف من شبكات الحاسبات المختلفة الأنواع والأحجام فهي نظام اتصالي يسمح لأجهزة الكمبيوتر بتبادل الاتصال بعضها مع بعض فهي وسيلة اتصالية تعاونية تضم مجموعة هائلة من شبكات الكمبيوتر المنتشرة عالميا ، فالانترنت ليست وسيلة اتصال منفردة Single Medium ، بل هي مجموعة واسعة المدى من وسائل الاتصال ، وهذا يؤكد أن مصطلح شبكة المعلومات يشير إلى اشتراك مؤسستين أو أكثر من مؤسسات المعلومات كالمكتبات أو مراكز وبنوك المعلومات في نظام تعاوني يسمح لأي طرف عضو في الشبكة أن يسترجع ما يحتاج إليه من المعلومات ، أما مصطلح الشبكات Networks هو البديل لمصطلح النظم Systems.

وهناك نوعان من الشبكات ، إحداهما للمعلومات العامة ، والثاني للمعلومات المتخصصة ، يتركز حوالي ٦٠% منها في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا حوالي ٢٦% ، وباقي الدول ١٤%.

- أما شبكة الانترنت Internet فهي أكبر شبكات المعلومات في العالم وأكثرها تشعبا وانتشارا تقوم على أحدث تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات إلى ملايين المشتركين فهي الشبكة التي تنسج خيوطا حول العالم تتفاعل على المستوى العالمي من خلال شبكة واسعة من أجهزة الكمبيوتر ذات الاتصال المتبادل.

ماهو الاتصال التفاعلي ؟ Interactive Communication

- وفق الخدمات لنظام الاتصال عبر الانترنت والأهداف التي تتحقق من خلال الاستخدام المتواصل ، هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين كما يلي :

١- **الاتصال** من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.

٢- **التفاعل** : أي استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.

٣- **الإعلام والمعلومات** : استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

***ماهو التفاعل ؟**

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي ، فعل الشئ فعلا وفعالا أي عمله ، وافتعل الشئ أي اختلقه ، وانفعل كذا تأثر به ، انبساطا أو انقباضا فهو منفعل ، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر ، والتفاعل عملية كيماوية يتم من خلالها تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخسيسة ، **أي أن** عملية التفاعل الكيماوي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي.

- يرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية.

- يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلا لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر.

- الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية.

- الاتصال التفاعلي يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى.

- الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الالكترونية الحالية Online Email Sites.

- للدكتور محمود علم الدين في مقالة في صحيفة الأهرام رأي في مستويات سبعة لاستفادة الصحف من الانترنت كما يلي :

١- **المستوى الأول** : الانترنت مصدر للمعلومات وكأداة مساعدة للتغطية الإخبارية والأحداث العاجلة والتعرف على الكتب والإصدارات الجديدة.

٢- **المستوى الثاني** : الانترنت وسيلة اتصال بالمصادر الخارجية والمندوبين والمراسلين وما يتم من اجتماعات.

٣- **المستوى الثالث** : وسيلة اتصال تفاعلي من خلال توسيع دائرة الاتصال عن طريق البريد الالكتروني.

٤- **المستوى الرابع** : الانترنت وسيلة اتصال للنشر الصحفي من خلال إصدار نسخ من الجريدة وملخص لها أو قواعد للبيانات أو إصدار جرائد ومجلات كاملة.

٥- **المستوى الخامس** : الانترنت وسيط إعلاني يزيد من دخل الجريدة من الإعلانات التي يتم نشرها.

٦- **المستوى السادس** : الانترنت أداة للتسويف والخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية من خلال إنشاء موقع أو أكثر يقدم معلومات أساسية عن تطورها وانجازاتها.

٧- **المستوى السابع** : تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود للمشتركين بالخدمات مثل خدمات التعميم وإصدار الصحف والنشرات لحساب الغير.

- ومن خلال الدراسات والبحوث التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة (الانترنت) نلاحظ أنها تسهم في تطوير هذه البحوث والدراسات وفي إثراء المضمون المعلوماتي.

- **العلاقة التفاعلية** : أي العلاقة الثنائية الاتجاه التي تسمح للمرسل والملتقى بتبادل الآراء والأدوار من خلالها وبفرصة متساوية للمشاركة في عملية الاتصال ، ويستطيع المشاركون في عملية الاتصال التأثير على ادوار الآخرين.

أنواع الإعلام التفاعلي

- تحدثنا في المحاضرتين السابقتين عن مراحل ثورات الاتصال بدءا من مرحلة الإشارات والعلامات مرورا بمرحلة التخاطب والكتابة والطباعة ووسائل الاتصال الجماهيري الراديو والتلفزيون والفضائيات والبث المباشر وصولا إلى وسائل الإعلام الجديدة والتواصل الاجتماعي من خلال ثورة الكمبيوتر ومنتجات هذه الشبكة العنكبوتية ، ثم تحدثنا عن مفهوم الإعلام التفاعلي لنصل إلى أنواع الإعلام التفاعلي.

- يقتضي ذلك العودة قليلا إلى الوراء في مراجعة سريعة إلى مراحل مخاطبة وسائل الإعلام للجماهير والتي نقتبسها من دراسة للدكتور " سامي الشريف " في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام في الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام :

١- مرحلة الصفوة Elite

يكون في هذه المرحلة الجمهور صغيرا نسبيا من القطاعات الأكثر ثراء وتعليما والرسالة وفق أذواق الصفوة

٢- مرحلة التخصص Specialized

وتتميز بظهور جماعات مفككة ذات مصالح خاصة ومحددة.

٣- مرحلة التفاعل Interactivity

وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها ، وهذا التفاعل يقتضي امتزاج أربعة عناصر أساسية وهي :

التعليم العالي ، الوفرة والغنى ، وقت الفراغ ، حجم السكان.

- في ضوء هذه المراحل الأربعة نشير إلى ثورة الأقمار الاصطناعية في سياق تطور تكنولوجيا الاتصال والقنوات المتخصصة التي زادت من التفاعل مع الجماهير عبر ثلاث تطورات وهي :

أولا : التلفزيون الكابلي Cable Tv

نشأت خدمة التلفزيون الكابلي أواخر الأربعينيات في الولايات المتحدة لتحسين الخدمة التلفزيونية عام ١٩٤٦ ، ثم انتشر التلفزيون الكابلي في الدول المتقدمة وتعثر تطبيقه في الدول الأخرى ومنها الدول النامية التي اعتمدت الكابل الهوائي Mulit أقل تكلفة وخدمة عالية الجودة.

ثانيا : القمر الصناعي المباشر Direct

اهم القمر الصناعي المباشر في نقل البيانات والمعلومات داخل وخارج الحدود في سرعة وبحد أدنى من التشويش وتغطي مسافات شاسعة ، وقد مرت الأقمار الصناعية للاتصالات بمرحلتين :

أ - مرحلة أقمار التوزيع

وقد تم استخدام هذا النظام على نطاق واسع خلال السبعينيات في عدة مجالات مرورا بالمحطة الأرضية التي تقوم بدور حارس البوابة Gate Keeper وهذه الخدمات هي :

- تبادل البرامج التلفزيونية بين الهيئات المختلفة.
- تجميع الأخبار التلفزيونية Satellite News Gathering
- توصيل الإشارة التلفزيونية إلى شركات الكابل.
- توصيل الإشارة التلفزيونية لمحطات الإرسال التلفزيوني.
- تحقيق الخدمة التلفزيونية متعددة القنوات في الفنادق والتجمعات السكانية عن طريق أنظمة التوزيع الداخلي.

ب - مرحلة أقمار البث المباشر DBS

بدأت هذه المرحلة في الثمانينيات حيث تسمح بنقل المواد والبرامج التلفزيونية مباشرة من القمر الصناعي إلى أجهزة الاستقبال في المنازل دون المرور بالمحطات الأرضية أو النظم الكابلية ، ووفق هذا النظام يستقبل القمر الصناعي من المحطات الأرضية الإشارة التلفزيونية ويقويها ثم يعيد بثها إلى أجهزة الاستقبال المنزلية المباشرة ، ويسود فضاء العالم خمس شبكات أو منظمات رئيسية للأقمار الصناعية للاتصالات التلفزيونية وهي :

١- الرابطة الدولية لأقمار الاتصال Intelsat وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٦٥.

٢- المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية Inmarsat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٧٦.

٣- منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية Inter sputnik وأطلقت أول قمر صناعي ١٩٦٢.

٤- منظمة أقمار الاتصال الأوروبي Eutel Set وأطلقت أول قمر صناعي عام ١٩٧١.

٥- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية Arab sat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٨٥.

وهناك أقمار صناعية أخرى أطلقها كل من إسرائيل وإيران والهند.

ثالثا : التلفزيون الرقمي Digital Television

يمثل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني بما يملك من إمكانيات بث ثماني قنوات في الحيز الترددي لقناة تلفزيونية ، ويوفر البث الرقمي نوعية صورة عالية الدقة والوضوح ويضمن صوتا أنقى وسعرا ارخص وقد تم استخدامه أوائل عام ١٩٩٣ ، وفي ضوء ذلك ظهرت القنوات المتخصصة للبرامج والجمهور.

- بعد ثورة الأقمار الاصطناعية والبث المباشر والبث الرقمي جاءت ثورة تفجر المعلومات عبر شبكة المعلومات الدولية Internet وتقنيات الواقع الافتراضي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي ونظم دعم اتخاذ القرار ، ونظم المعلومات الرقمية التي أصبحت عنصرا استراتيجيا فعالا داخل المؤسسات على المستوى العالمي وفق القوانين والالتزام بالتطبيق والتعاون في التنفيذ.

- في ضوء ذلك ظهر الفيديو تكست Video Text في عقد الثمانينات ،ونمو الانترنت ، وتطوير شبكة الويب أوائل التسعينيات من القرن العشرين مما زاد من التفاعلية والانتشار خارج الزمان والمكان والسرعة وانخفاض التكاليف وبخاصة حاستي السمع والبصر.

- في هذه الثورة انتقل الانترنت من مملكة العلماء والخبراء ليصل إلى الأفراد في أي مكان وأي وقت طالما توفر للفرد جهاز الكمبيوتر.

- أضاف البريد الالكتروني Electronic mail خاصية أخرى للملايين عبر العالم وهي الدفع النقدي الالكتروني من حساب بنكي إلى حساب آخر وفق البطاقات الائتمانية Credit Card وغيرها من الخدمات.

- وعرفنا من ذلك النشرات الإخبارية Bulletin Boards وكذلك الندوات وخطوط الدردشة Chat lines وظهرت الجرائد الالكترونية ونشرات خاصة بالصحة والدواء وظهرت الشبكة القومية للبحث العلمي

Research Education Network National التي تديرها الحكومة الأمريكية لربط الجامعات بواسطة الألياف البصرية Fiber Optics للمشاركة في المعلومات والموارد اللانهائية ثم الوصول إلى التعليم عم بعد Learning Distant عبر الفيديو كونفرنس.

- أما خطوط الدردشة Chat Lines ، فقد انتشرت انتشارا كبيرا بين الشباب من خلال الانترنت بشئ من حب الاستطلاع والتسلية وما لحقت بذلك من ملاحظات ايجابية وسلبية.

- ظهر كذلك الجماعات الإخبارية News Group بأنواعها سواء ذات الفكر العميق الايجابي والبناء أو التي يشوبها تصرفات غير أخلاقية مما يتطلب شكلا من الرقابة ، كما حدث مع القرار الذي اتخذته كمبيو سيرف Compu Serv عام ١٩٩٦ في الولايات المتحدة الأمريكية بمنع وصول أعضاء هذه الجماعات لحوالي ٢٠٠ عنوان معروف ببثه للصور الفاضحة وأشكال أخرى من النشر يباح فيه نشر كل شئ والرقابة هنا ليست سهلة ، وبخاصة مع كثرة المواقع على شبكة الويب حيث اندلعت مواجهات حول القضايا المتعلقة بالتعديل الأول لحرية التعبير First Adment Free Speech في الدستور الأمريكي الذي اوجد انقساما بين مؤيد ومعارض.

- نخلص من ذلك أن استخدام شبكة المعلومات الدولية والاستفادة من تقنيات الاتصال الالكتروني يمثل الوجه الحسن لهذه الشبكة ، أما الوجه الآخر فهو ما يعرف بالرسائل المزعجة Span التي يستقبلها مستخدمو البريد الالكتروني بدون رغبة رغم محاولة التعطيل بطريقة Block Span.

- ومن ذلك ظهر موقع يوتيوب www.youtube.com والذي ظهر في فبــراير ٢٠٠٥ ويعد ذلك فتحا باهرا في عالم الانترنت من حيث الفكرة حيث تشاهد عددا من اللقطات المصورة والطريفة والنادرة.

- ظهر كذلك المجموعـات البـريدية التـي تكتفـي بتسـجيل الاسـم والبيانـات وتستطيع أن ترى احدث ما وصل إليه إبـداع العقـل العـربي في مجـال بـث الصور بأنواعها.

- أمـا الفـيس بـوك ٢٠٠٤ www.Facebook ، فقـد بـدأ عـلى الانترنـت منـذ سنوات بجامعة هارفـارد الأمريكيـة بجهـود الطالـب " مـارك جـوكر بـيرك " بغرض تجميع زملائه في الجامعة لتبادل الأخبار وصورهم وآرائهـم ليكتسـب شعبية واسعة والذي أدى نجاحـه إلى إغـراء شـركة مايكروسـوفت العالميـة لشـراء ٥% من أسـهم الموقـع بمبلـغ يـتراوح بـين ٣٠٠-٥٠٠ مليـون جنيـه ، ولعل ما جرى في تونس ومصـر ٢٠١١/٠١/٢٥ مـن ثـورة أدت إلى اسـتقطاب الملايين وإجبـار الـرئيس حسـني مبـارك إلى سلسـلة مـن إجـراءات الإصـلاح انتهت بالتخلي عن منصب رئيس الجمهورية وتكليف الجيش بإدارة شـؤون البلاد في يوم الجمعة الموافق ٢٠١١/٠٢/١١.

الفصل الثالث

تكنولوجيا الإتصالات في الإعلام

الفصل الثالث

تكنولوجيا الإتصالات في الإعلام

مقدمة

يعود الاهتمام العالمي بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى عقود ماضية عدة، وعلى الرغم من أن العقد الماضي قد شهد مؤتمران دوليان تحت مسمى الاجتماع العالمي لمجتمع المعلومات World summit information society forعقدا في جنيف ٢٠٠٣ ، وفي تونس ٢٠٠٥ فإنه أيضا في هذا السياق ينتظر للقاهرة أن تستقبل المؤتمر الرابع في ٢٠٠٩.

كما يمكن ملاحظة أن هناك ثمة اهتمام دولي متصاعد ومتسارع بما يسمى بمجتمع المعلومات Information Society ، يعني أنه قد أصبح هناك يقين عالمي بأن هذه التكنولوجيا قد دخلت في جميع مسام الأعمال اليومية للدول والمؤسسات والأفراد، إلى الحد الذي كونت فيه مجتمعاً قائماً بذاته، وأيضا إلى الحد الذي شكلت فيه مجتمعا جديدا قائما بذاته يختلف عن المجتمع الانساني الطبيعي الذى نعيشه، هذا المجتمع مبني من ملايين الحاسبات المنتشرة في جميع أنحاء العالم ومن ملايين الوصلات الشبكية، ويتم فيه ارسال واستقبال عشرات المليارات من الرسائل المعلوماتية.

لا ينظر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات اليوم على أنها مجرد أداة لتسهيل وتيسير الأعمال المؤسسية والفردية ، بل أصبح ينظر إليها على أنها ضرورة قصوى من أجل اللحاق بكل المتغيرات الآنية في العالم ، هذه المتغيرات التي أصبحت تتشكل على أسسها قرارات الدول والأفراد، وأصبحت هذه التكنولوجيا هي عماد الاقتصاد لبعض الدول، إن لم تكن قد أصبحت تشكل جزءا هاما من اقتصاد كل دول العالم.

أصبح أيضا المكون المعلوماتي من أرقام وبيانات واحصاءات جزءاً لا يتجزأ من الأرضية التي تتخذ عليها القرارات الاستراتيجية وحتى التكتيكية منها ، كما أصبح ينظر إلى التكنولوجيا التي تساعدنا على الوصول إلى هذه المعلومات على أنها واحدة

من الوسائل الهامة للوصول إلى الأهداف المجتمعية المتفق عليها عالمياً والمتعلقة بالشفافية وما يترتب عليها من نزاهة وتجرد وصولاً إلى الديمقراطية السليمة.

وعلى ذلك فإن هذا الكتيب يعد أداة لطالب ماقبل التخرج بقسم الاعلام، أداة للتعرف على المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومكوناتها والأدوار التي يمكن لها أن تقوم بها داخل مؤسسات العمل الإعلامي والفوائد التي يمكن أن تعود على هذه المؤسسات من استخدامها وتوظيفها التوظيف الأمثل في جميع عمليات الاعلام، ومايمكن أن تحصل عليه من قيمة مضافة لأعمالها نتيجة هذا الاستخدام الواعي والمدروس.

هذا الدليل على الرغم مما يقدمه من شروحات وعرض للمفاهيم المتعددة المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أنه لا يعد كاف لوحده للوصول لمفهوم عميق لهذه التكنولوجيا، وإنما يعد مفتاحاً لها، وهذا يستوجب معه الرجوع لدراسات وتقارير وأبحاث أخرى تحمل مضامينا أكثر تفصيلاً عن المفاهيم العلمية الراهنة، المتطورة أو تلك الراسخة معا لعلوم الاتصالات والمعلومات.

١ - ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات :

مر العالم عبر تاريخه بمجموعة من العصور هي التي حددت تطوره ، وتحددت هذه العصور التاريخية بناء على أدوات تخزين واسترجاع المعلومات بشكل أساسي إضافة إلى بقية الأدوات الحضارية التي نقلت المجتمعات من حضارة إلى أخرى، وعلى هذا الأساس ينظر إلى العالم عبر العشرة آلاف السنة الماضية من عمر البشرية على أنه عبر الجسر الموصل إلى عصر المعلومات من خلال ثلاثة عصور سابقة ، هي عصر الصيد والقنص ثم العصر الزراعي ثم العصر الصناعي وصولاً إلى العصر الأخير الذي يطلق عليه الآن عصر المعلومات information age وإن كان بعض المتخصصين يفضلون إطلاق مصطلح عصر المعرفة على السنوات العشر الأخيرة، وإن كان هذا الأمر مازال محل جدال.

إن هذا المصطلح "عصر المعلومات" لايعني فقط اعتماد الإنسان على استخدام الحاسب والوسائل الإلكترونية فى جميع أعماله، وإنما يعني أيضا ازدياد حجم المعلومات التي انتجها البشر خلاله، كما تعني أيضا الاعتماد على المعلومات المتاحة في جميع عمليات التنمية، بجانب حرية تداول المعلومات والبيانات بهدف

إنتاج أكبر للمعرفة والمعلومات، فالمعلومات تزيد بالاستخدام ولاتزيد بالحد من حركتها.

الملاحظ في هذا الأمر أن الإنسان كلما ابتعد عن استخدام عضلاته البشرية وتوجه نحو استخدام الآلة كلما كان أكثر تحضراً ، وكلما كانت مساحة تخزين معلوماته ومعارفه أصغر حجماً كلما كانت أكبر قدرة على احتواء أكثر كمية من المعلومات وكلما أيضا ماكان أكثر تحضراً، وعلى ذلك يرى كثير من الخبراء أن استخدام الحاسب الآلي Computer يعد نقطة انطلاق ثورة عصر المعلومات ، وإذا أضيف إلى ذلك استخدام كل أشكال الاتصالات الحديثة من الأقمار الصناعية والألياف الزجاجية الممتدة تحت أسطح البحار والمحيطات، فإن عمليات تخزين المعلومات وتوصيلها من مكان إلى آخر ، يعد أقصى درجات انتصار البشرية - حتى هذه اللحظة - في استخدام أدوات تكنولوجية لتخزين المعلومات واسترجاعها ونقلها بين مكان وآخر ، وتمثل شبكة الإنترنت في شكلها الحالي الشكل الأساسي الحالي لاستقرار عصر المعلومات.

ثمة كثير من الشواهد في العصر الحالي بأن البشرية تمكنت بشكل أو بآخر من القبض أخيراً على خناق أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبأنها تستخدمها في اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية. على الرغم من وجود آراء أخرى معارضة لذلك تقول بأننا مازلنا في بداية عصر المعلومات، وبأن اكتشاف الحدود الذي يمكن أن يتقدم إليها البشر مازال مجهولا، أو كما يقول البعض أننا مازلنا في مهد عصر المعلومات.

إن ما انتجته البشرية - على سبيل المثال - من معلومات خلال عامي ٢٠٠٣ و ٢٠٠٤ يوازي كل ما انتجته البشرية من معلومات منذ بداية التاريخ وحتى بداية القرن الواحد والعشرين ، وفي مجال الكيمياء وحده وصلت عدد البحوث والدراسات التي سجلتها واحدة من أشهر أدوات حصر المعلومات في العالم* إلى ٣٠ مليون دراسة عام ٢٠٠٥ ، هذه الأرقام تقف دلالاتها عند حدود ردود أفعال دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقدم البحث العلمي.

---

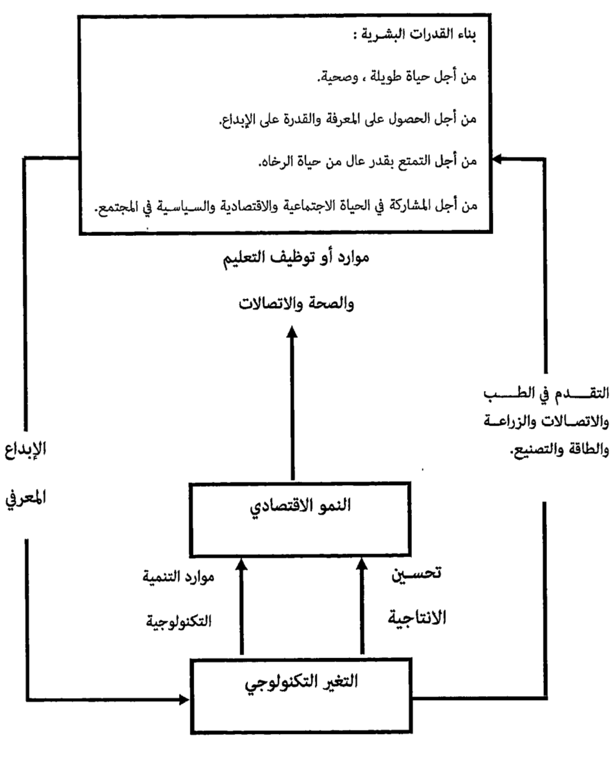
* يقصد بها الدليل المعنون بمستخلصات الكيمياء الدولي Chemical Abstracts

أصبح بإمكان كل باحث لديه حاسب آلي ويمكنه الاتصال بشبكة الانترنت من أن يضع على جهازه عشرات بل مئات الأبحاث بلغات متعددة ، ومما مكنه في ذات الوقت من تقليل زمن إعداد أبحاثه التي كانت تستغرق سنوات منذ عشر أو عشرين عاماً إلى بضعة أسابيع الآن ، وكذلك مكنه استخدام شبكة الإنترنت من الاتصال بالعديد من العلماء والخبراء عبر العالم في مجال تخصصه، ومن استشارة أدوات البحث بجميع أنواعها على شبكة الإنترنت في الحصول على ما يريده من معلومات عن أي شيء على ظهر الأرض.

لقد مر اختراع الحاسب الآلي بالعديد من الصعوبات ، ومرت البرامج التي يمكن استخدامها من خلاله بالعديد من التطورات ، كذلك مرت أساليب تخزين واسترجاع المعلومات بكثير من التجارب حتى تستقر على أوضاعها الحالية ، وجرت مئات الآلاف من التجارب على أشكال الاتصال بين الحواسيب ، حتى أن شبكة الإنترنت نفسها مازالت في طور التجارب ، وعلى الرغم من كل ذلك فقد قدمت هذه المجموعة من التكنولوجيا - غير المستقرة حتى الآن - العديد من الخدمات البشرية ككل ، وهي في مجال الاعلام قد أثبتت جدواها في المؤسسات الصحفية وشبك التليفزيون والاذاعه. تأكيداً على كل ما سبق ، فإنه يمكن لنا التعرف على المفاهيم المتعلقة بمكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، حتى يمكننا الانتقال إلى أدوارها وفوائدها للعمل الإعلامي.

٢ - دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية :

من أجل تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مناحي الحياة ، لابد أن نقتنع أولاً بأهميتها وبالدور الذي يمكن أن تلعبه في خلق مجتمع الرفاه ، وثانياً بما يمكن أن تقدمه من قدرة على تغيير مستوى المعيشة ومستوى التفكير وصولاً بأفراد المجتمع إلى درجات ابداعية عالية ، ويعرض الشكل التالي العلاقة بين التكنولوجيا والتنمية البشرية.



(شكل العلاقات بين التكنولوجيا والتنمية البشرية.

لا شك أن تقارير الأمم المتحدة المختلفة قد أشارت إلى أهمية استثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دفع عجلة التقدم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي ، وليس هناك من شك الآن في الدور الذي يمكن أن تلعبه التكنولوجيا في مجال البرلمانات كجزء من التنمية السياسية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات، هذا الدور الذي يعد من أوائل اهتمامات المجتمع العالمي.

تعزز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قدرات الاعلام ، إضافة إلى أنها توفر العديد من الوسائل لتعظيم انتاجيته كجهاز يمثل الرأي العام، كما توفر الأدوات المساعدة على قياس أدائه ، ناهيك عن تسجيل اللقاءات بين الكتاب والصحافيين، وتوفير قدر عال من المرونة في الاتصالات الداخلية ، وامكانية متابعة وملاحقة الأماكن التي تمثل عنق زجاجة بالنسبة لأعمال مؤسسات الاعلام، وبالتالي حل مشكلاتها والقضاء عليها، إضافة إلى كل ذلك معالجة نواحي القصور التي يمكن أن تظهر في عمل المؤسسات الاعلامية، وتوفيروقت العاملين لأداء أعمال أكثر إبداعية بدلاً من قيامهم بأعمال تكرارية يمكن للحاسب القيام بها بسهولة، إضافة إلى توفير الفرصة أمام تلقي مقترحاتالقراء وشكاواهم والبحث عن حلول وتوصيل أصوات أصحابه لمتخذ القرار، إن هذا الشكل من العمل يوفر شفافية مطلقة أمام أصحاب المصالح اختلفة داخل المجتمع :

يجب تطويع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تقديم حلول مبتكرة لمشكلات دول العالم الثالث الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وليس الاعتماد فقط على تلك الحلول التي خرجت بها دول العالم المتقدم لمشكلاتها، إن العمل بمثل هذا المبدأ سوف يوفر على دول العالم الثالث الكثير في سبيل إعادة التفكير في الطرق التي يمكن بها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحل تلك المشكلات المزمنة التي تواجهها هذه الدول.

وعلى ذلك فإن التفكير الابتكاري لما يمكن أن تقدمه التكنولوجيا للدول الناشئة يجب أن يكون مختلفاً على وجه كبير مما قدمته في دول العالم المتقدم.

هناك علاقة ايجابية عالية بين التنمية البشرية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية وبين تكنولوجيا المعلومات.

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في رفع مستوى المعيشة في دول العالم المتقدم وفي توفير المعلومات الداعمة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية نحو مجتمع أكثر رخاء، إضافة إلى أنها خلقت ملايين من فرص العمل، ودعمت اقتصاد الدول، ومكنت من تقديم نوع من التعليم أكثر إيجابية، كما ساعدت على حل مشكلات صحية مجتمعية من خلال وسائل الاتصال، ومكنت من المساعدة على الحد من الفقر في بعض دول العالم النامي، في ذات الوقت الذي تمثل فيه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عصباً رئيسياً في اقتصاد الدول المتقدمة.

مصطلح التكنولوجيا

مصطلح تكنولوجيا هو مصطلح مكون من شقين الشق الأول يعني تكنو ومعناه المهارة الفنية، ولوجي معناه العلم، وعنى ذلك أن مصطلح تكنولوجيا يعني تكنولوجيا المهارة الفنية.

أما مصطلح اتصال فيعني الوسيلة أو الأداة أو الطريقة التي يتم عبرها نقل المعرفة والأفكار من شخص إلى آخر أومن جهة إلى أخرى بقصد التفاعل والتأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص أو هذه الجهة أو إعلامه بشيء أو تبادل الخبرات والأفكار معه أو إقناعه بأمر ما أو الترفيه عنه. مثل اللقاء والورشة العلمية والمحاضرة أو الندوة أو المؤتمر العلمي وغير ذلك.

يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها ، وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم ، أو استقبالها من أي مكان في العالم.

أهداف الاتصال

يهدف الاتصال إلى تحقيق نوعين من الأهداف هما : الهدف العام ، والهدف الخاص.

الهدف العام للاتصال : عادة ما تسعى الشعوب إلى الاتصال بتراثها ؛ أي الاتصال بما خلّفه الآباء والأجداد من معارف وخبرات وتجارب وقيم ، كما تسعى إلى الاتصال بما خلّفته الشعوب الأخرى. وهذا النوع من الاتصال يساهم في إغناء تجارب الأبناء، وقد يكون في نموذج اللغة الهيروغليفية ومعرفة حروفها ماأفادنا في التعرف على التاريخ الفرعوني كله، إنه هنا الاتصال التاريخي كما يطرحه هذا النموذج، ومعنى ذلك أنه لايمكن أن يحدث اتصال مباشر بين كائنات مختلفة، وإذا حدث فإنه يكون اتصالا رمزيا، بينما إذا أراد صحفي مثلا أن يتحدث إلى متخصص في التنمية البشرية فيجب أن يكون واعيا بمصطلحات ومفردات وقضايا التنيمة البشرية.

الهدف الخاص للاتصال : وهذا الهدف يتوزع بحسب المرسِل أو المستقبِل :

- **وجهة نظر المرسِل :** يهدف المرسِل إلى التأثير في المستقبِل أو إعلامه بالأخبار أو إقناعه بالأفكار أو نقل الأفكار إليه أو تعليمه. مثل : سعي المدرس لنقل المعرفة إلى طلابه ، وسعي الخطيب إلى التأثير العاطفي والوجداني في عامة الحضور وسعي طالب الوظيفة في إبراز قدراته ومهاراته الذاتية والعلمية في لجنة المقابلة ، وغير ذلك.

- **وجهة نظر المستقبِل :** يهدف المستقبِل من تلقي رسالة المرسِل إلى فهم الأفكار ومعرفة الأخبار وتعلّم مهرات جديدة وفهم ما يحيط به من أحداث ومشكلات والحصول على معارف تنمّي شخصيته وتهينه على حل مشكلات حياته الراهنة والمستقبلية.

أركان الاتصال الأربعة:

- **المرسِل**
- **المستقبِل**
- **الرسالة**
- **قناة الاتصال**

أولاً- : المرسِل : هو الطرف الأول في عملية الاتصال لأنه المسؤول عن اختيار شكل الرسالة وطبيعتها ومضمونها وطريقة إيصالها.

١- : المهارات العامة للمرسِل :

- العلم الجيد بالموضوع الذي يريد إرساله.
- الذكاء الوظيفي
- وضوح الهدف

- القدرة على التعبير
- القدرة على تحصيل المعرفة
- القدرة على إدراك فحوى الكلام
- القدرة على اختيار قناة الاتصال وتوظيفها
- القدرة على التقويم
- **٢- : المهارات الخاصة للمرسِل :**
- - مهارة التحدّث
- - مهارة الكتابة
- - مهارة القراءة السليمة
- - مهارة الإصغاء الإيجابي
- **٣- : أنواع المرسِل :**
- - المرسل المبدع
- - المرسل الدقيق
- - المرسِل العادي
- - المرسِل المشوّش
- **ثانياً - : المستقبِل :** هو الطرف الذي يتلقّى رسالة المرسِل ويفهمها ويتفاعل معها ويبدي رأيه فيها.
- يحتاج المستقبِل إلى نوعين من المهارات لكي يكون مؤهّلاً لاستقبال رسالة المرسِل والتفاعل معها.

- **أ- المهارات العامة للمستقبِل** : وهي :

- ١- : المهاراة اللغوية

- ٢- : المهارة العقلية

- ٣- : المهارة النقدية

- ٤- : المهارة الأخلاقية

- **ب- المهارات الخاصة للمستقبِل : وهي :**

- ١- : مهارة فهم الرسالة واستيعاب مضمونها ودلالاتها والتفاعل معها

- ٢- : مهارة الارتباط الدلالي المتبادل

- ٣- : مهارة إبداء الرأي في قضايا المجتمع والوطن والأمة

- ٤- : مهارة اكتساب الخبـرات وتعديل أنماط السلوك

- **ثالثاً - : الرسالة : هي** المحتوى الذي يريد المرسِل أن يوصلّه إلى المستقبِل.

- **١- شكل الرسالة :** هو الصورة التي تحملها الرسالة.

- والشكل في الرسالة خمسة أنواع ، هي :

- الشكل اللغوي : النصوص المكتوبة والشفوية ، الكتب ، الصحف الإعلانات .

- الشـكل اللـوني : اللوحـات - الوشـائل التعليميـة ، الإيضـاحية - الأطـالس الجغرافية - الرسوم المصاحبة للمواد المكتوبة في المعاجم والمجلات.

- الشكل الضوئي : إشارات المرور.

- الشكل الرقمي : الجدوال - البيانات الإحصاءات - حسابات البنوك ، والمؤسسات.

- الشكل الصوتي : الإذاعة ، مكبرات الصوت ، المؤثرات الصوتية المصاحبة للأشرطة السينمائية والتلفازية والمسلسلات.

- ٢- : **مضمون الرسالة :** هو المحتوى المراد إيصاله إلى المستقبِل في شكل من أشكاله السابقة.

- وأنواع المضمون كثيرة تشمل كافة جوانب الحياة الفكرية ، والوجدانية ، والعلوم الإنسانية : كالفن والحقوق والسياسة والتاريخ والجغرافية والتربية ، والعلوم التطبيقية كالطب والفبزياء ، وغير ذلك.

- ٣- : **طبيعة الرسالة :** تُقسم الرسالة بحسب طبيعتها إلى ستة أنواع ، هي :

- أ- الرسالة الحيادية : هي الرسالة الوصفية التي تعرض الشيء كما هو في الواقع جون أن تقرنه برأي كاتبه أو مقدّمه ودون أن تضمنه أية مشاعر أو أحاسيس. مثل الأفلام الوثائقية.

- ب- : الرسالة الانتقادية : هي الرسالة التي تحرص على بيان الصواب والخطأ في الموضوع.

- ج- : الرسالة الترسيخية : هيالرسالة التي تجعل هدفها ترسيخ ماهو قائم وتبتعد عن التشكيك فيه.

- د- : الرسالة الوعظية : هي الرسالة التي تسعى إلى تويير الناس وتعليمهم وتربيتهم من خلال بيان الخطأ الصواب والنافع والضار في القضايا الدينية والاجتماعية.

- هـ- : الرسالة الخبرية : هي الرسالة التي تهدف إلى إيصال خبر منالأخبار إلى المستقبل سواء أكان هذا الخبر ساراً أم محزناً.

- و- : الرسالة التحليلية : هي الرسالة التي تفتت النص إلى جزئياته لتتمكن من وعي مكوناته ومن إدراك العلاقة بينها ومن معرفة أسبابها ونتائجها.

- **٤- : قناة الاتصال :**

- هي القناة التي تتكفل بنقل الرسالة إلى المستقبل. فقد تكون هذه القناة اللغة البشرية المنطوقة كالتلفاز والإذاعة والخطابة والمؤتمر ، ووقد تكون اللغة البشرية المكتوبة في الكتب والمجلات والإعلانات وقد في الخط (الخرائط واللوحات) أو الضوء والصوت.

- **١- : المستويات اللغوية الوظيفية لقناة الاتصال :**

- **أ – : المستوى التذوقي الجمالي :** يستخدم هذا المستوى النصوص الأدبية التي تسعى إى إقناع الآخرين وإمتاعهم من خلال التأثير الوجداني في نفوسهم. ويحتاج هذا المستوى إلى اللغة الفصحى كالقصص والروايات والمسرحيات والشعر. وأحياناً يميل هذا المستوى إلى إلى الجانب الشفوي فيقدم منطوقاً كالشعر النبطي. والمسلسلات...

- **ب- : المستوى العلمي النظري.** يُستخدم هذا المستوى في النصوص العلمية التي تسعى إلى تقديم معرفة أو ترسيخ مهارة تخص علماً من العلوم الإنسانية والتطبيقية والهندسية والطبية.

- **ج- : المستوى الاجتماعي الوظيفي :** يُستخدم هذا المستوى في قضايا الاتصال الاجتماعي الوظيفي اليومية كالبيع والشراء والعلاقات الاجتماعية العمة والخاصة. وتلجأ قناة الاتصال فيه إلى العامية.

- **٢- : الضوابط اللغوية لقناة الاتصال :** من أجل التأثير في المستقبِل لابد من الالتزام بثلاثة ضوابط لقناة الاتصال هي :

- **أ- : قدرتها على إيصال المحتوى.** فكثيراً من النصوص ذات المحتوى العلمي تمتلك لغة ركيكة فتفقد القدرة على التأثير في المستقبِل.

- ب- : **تيسيرها وتقديمها بشكل مرتّب ومنظّم** ، مثل اختلاف طرق إيصال المعلومة لدى أساتذة الجامعات.

- ج- : **مراعاتها للمستوى العقلي** للمستقبِل ، مثل مخاطبة من هم أدنى منا علماً.

بناء على هذا المفهوم الواسع والبسيط يمكن لنا تحديد مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ومن ثم أهم استخداماتها.

٤ - تكنولوجيا المعلومات والاتصالات : المكونات :

يمكن لنا ببساطة الإشارة إلى أن أي جهاز حاسب مرتبط بشبكة الانترنت يمكن أن يمثل مجموعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ولكن الأمر دائماً ليس بهذه البساطة.

إن استخدام أي عنصر أو أداة متعلقة بتكنولوجيا المعلومات في أي مجال أو صناعة يمثل في حد ذاته مظهراً من مظاهر تكنولوجيا المعلومات ، ولكن العمود الفقري في تكنولوجيا المعلومات هي أجهزة الحاسب.

الحاسب الآلي

الحاسب الآلي أو الكمبيوتر أو الحاسوب كلها مسميات لهذه الآلة التي تتكون من مجموعة من الأجزاء هي :

أ - **المعالج Processor** : وهي الأداة التي يمكن أن تقوم بمعالجة المعلومات والبيانات التي يمكن ادخالها في الحاسب.

ب - **أداة التخزين Storage Media** : وهي تمثل القرص الصلب الذي يتم تخزين المعلومات عليه بهدف حفظها أو استرجاعها أو معالجتها في وقت لاحق.

ج - **أدوات ادخال واستخراج البيانات Input / Output tools** : وهي تتمثل في تلك الحالة لوحة المفاتيح Key Board والفأرة Mouse والماسحة

الضـوئية Scanner وكلهـا أدوات لادخـال البيانـات وتخزينهـا عـلى القـرص الصلب للحاسب أو أي أداة تخزين خارجية كـالأقراص الممغنطـة والأقـراص الضوئية وغيرها.

أما أدوات الإخراج والعرض فهي تمثل شاشة الحاسـب Monitor التـي يـتم عرض المعلومات عليها ، وكذلك الطابعة Printer التـي يـتم اسـتخراج المعلومـات في شـكل مطبـوع عليهـا، وكـذلك تمثـل الأقـراص الممغنطـة والضـوئية أدوات لإخـراج المعلومات والبيانات عليها والرجوع إليها عند الضرورة.

ويمثل الشكل التالي طريقة ادخال البيانات واسترجاعها عبـر الحاسب الآلي.

أدوات إدخال البيانات	معالجة البيانات	إخراج البيانات وعرضها
الفأرة		شاشة الحاسب
لوحة المفاتيح		الطابعة
الماسحة الضوئية		الأقراص الصلبة
الأقراص الصلبة	المعالج	الأقراص المرنة الممغنطة
الأقراص المرنة الممغنطة		الأقراص الضوئية
الأقراص الضوئية		

(شكل) يوضح أجزاء الحاسب الآلي

تمثل هذه المجموعة من المكونات أبسـط أشـكال مكونـات الحاسـب الآلي ، ويمكن القول بأن هذه الأجهزة تطورت بشكل درامي منذ منتصف الثمانينيات حتـى الآن ، وعلى الأخص في الأجزاء المتعلقة بسـرعة المعالج الذي يـتحكم في القـدرة عـلى

معالجة البيانات والمعلومات ، وأيضاً في القدرة على التخزين حيث ظهرت الحاسبات الأولى بدون أجهزة داخلية لحفظ المعلومات كالأقراص الصلبة Hard Disks وإنما بأقراص مرنة فقط يتم تشغيل الحاسب بها ومن ثم تخزين المعلومات عليها وكانت كمية البيانات والمعلومات التي يمكن تخزينها عليها متواضعة للغاية ويمكن تشبيه قدرات الحاسبات وتطورها خلال العشرين عاماً الماضية بأنه الفرق بين عربة تجرها أحصنة تسير بسرعة خمسة كيلو مترات في الساعة وبين صواريخ (ساتيرن) الحاملة لسفن الفضاء التي تسير بسرعة توازي ثلاثة وعشرين ضعفا ونصف بسرعة الصوت ، وهو ما يعني إجمالاً تطوراً هائلاً في قدرة الحاسبات سواء على التخزين أو المعالجة أو سرعة البحث عن المعلومات.

لايتعلق الأمر فقط بهذه التطورات المتعلقة بجهاز الحاسب أو بإمكاناته، وإنما أيضا بالأجهزة الملحقة عليه كالماسحات الضوئية وقدراتها على تصوير الصفحات بألوان مختلفة، أو بالطابعات وسرعاتها الهائلة فى الطباعة، كذلك ارتفاع قدرات التخزين فى الأقراص الضوئية Cd's حتى أن القرص الواحد ممكن أن يحتوى على معلومات تبلغ نصف مليون صفحة مقاس A4.

امتد الأمر إلى ظهور أجهزة الحاسبات الخادمة Servers والتي تبلغ سرعة معالجتها أضعاف سرعة معالجات الحاسبات الشخصية، وكذلك القدرة الهائلة على تخزين البيانات ومعالجتها.

ولم يتوقف الأمر على ذلك بل تعداه إلى مستوى الحماية التي يمكن أن تكفلها أجهزة وبرامج التأمين من الدخول غير المشروع على الحاسبات سواء من قراصنة أو متسللين عبر شبكات الحاسب إليها، وكذلك برمجيات اكتشاف الفيروسات، وتطورت أساليب التوقيع الإلكتروني حتى يمكن إجراء معاملات متعلقة بالتجارة الإلكترونية أو تسهيل استخدام الحاسبات في أعمال المؤسسات والمنظمات الحكومية أو تلك العاملة فى القطاع الخاص.

لم يكن من الممكن استخدام الحاسب الآلي وبالتالي معالجة المعلومات دون أن تتطور صناعة البرمجيات نفسها.

تمثل البرمجيات عقل الحاسبات ، فالأجهزة والمكونات التي أشرنا إليها لا يمكن أن تعمل وحدها، وإنما لابد لها من برامج ونظم يتم تثبيتها على الحاسبات حتى يمكن تشغيل الحاسبات، فالحاسبات تعمل من خلال نظم تشغيل Operating Systems ولا يمكن بدون هذه النظم تشغيل الحاسبات أو استخدام أي من التطبيقات الشائعة كبرامج اعداد النصوص أو الجداول أو الرسم أو الصوت أو الصورة المتحركة فبدون هذه البرامج لم يكن من السهل التعامل مع الحاسب أو استخدامه بشكل أفضل ، ويمكن الإشارة إلى هذه البرامج فيما يلي :

أ - معالجات النصوص : Word Processing

لا يمكنك كتابة رسالة أو خطاب أو تقرير أو مذكرة أو إعداد دراسة أو مشروع قانون دون أن تملك القدرة على التعامل مع واحد من أهم تطبيقات الحاسب ألا وهي معالجات النصوص ، فهي التي تمكنك من عمل ذلك إضافة إلى التحكم في أنواع الخطوط وأشكالها وحجم الصفحة وعدد السطور بها إلى آخر تلك العمليات الضرورية لإخراج مستند مقروء، وبحيث يمكنك فى نهاية المطاف أيضا من حفظ المستند أو طباعته أو إرساله بالبريد الإلكتروني إلى من تريد.

ب - معالجات الجداول : Spread Sheets

كم من مرة توقفنا لإعداد جدول إحصائي بعدد العاملين في الأمانة أو عدد الحضور أو نسبة التصويت على قرار أو متوسط الغياب لموظف كل هذه العمليات الإحصائية التي تتم في شكل جداول غالباً تتم عبر ما يعرف ببرامج اللوحات الجدولية Spread Sheets وهناك الكثير من البرمجيات المتقدمة التي تقوم بعمليات أكثر تعقيداً كإعطاء رسوم بيانية لهذه الجداول، أو استخراج متوسطات حسابية أو معاملات انحدار وارتباط... إلى آخر هذه العمليات.

ج - برامج الرسم والملتميديا : Graphics and Multimedia

لا يمكن تسجيل الصوت والصورة الثابتة أو المتحركة أو القيام بالرسم واستخدام الألوان دون أن تكون البرامج الداعمة لمثل هذه البرمجيات موجودة على الحاسب، ووتوافر الكثير من التطبيقات سواء تلك التي يتم تثبيتها عبر نظام التشغيل أو تطبيقات يمكن الحصول عليها مجانا عبر الإنترنت، أو تطبيقات يمكنك شراؤها، ومن المفهوم أنه كلما ارتفعت إمكانات وخدمات التطبيق كلما ارتفع سعره.

د - قواعد البيانات : Databases

وهي البرمجيات التي يمكن استخدامها لوضع كمية ضخمة من البيانات على هيئة تسجيلات مثل بيانات كل موظف في الأمانة أو بيانات الأعضاء ومن ثم استرجاعها عند الضرورة ، ولا تكاد توجد مؤسسة في العالم حاليا لا تعمل الآن باستخدام هذه القواعد والتي تتوافر معها وسائل لاسترجاع المعلومات والبيانات التي تم ادخالها مسبقاً وكذلك ضمان تعديلها أو حذفها أو الإضافة إليها عند اللزوم، وهناك عدة أنواع من قواعد البيانات مثل قواعد البيانات النصية وقواعد بيانات الصور وقواعد البيانات البيليوجرافية وقواعد البيانات الإحصائية وقواعد البيانات الكيميائية وغيرها الكثير.

هـ - برمجيات الذكاء الاصطناعي :

وهي برمجيات توفر على الإنسان الكثير من الوقت وتقوم بأعمال أقرب إلى أعمال البشر ولعل من أهمها مثلاً برمجيات الترجمة ، وهي التي تقوم بالترجمة من لغة إلى أخرى، أو برمجيات تحويل الخطب المقروءة إلى نصوص ، وهى برمجيات تمتلك خاصية التعرف على الصوت Speech Recognition أو تلك التي تقوم باختزان خبرات بشرية في مجالات معينة كالطب والزراعة واسترجاعها عند الضرورة وتسمى تلك الأخيرة بالنظم الخبيرة Expert Systems وهذا النوع من النظم متقدم للغاية في الدول المتقدمة، كذلك هناك نظم التعرف الضوئى على الحروف، أى تحويل الكتابات على الورق من شكلها كصورة إلى نصوص مع إمكانية تعديلها وتسمى Character Recognition Optical ، وهناك أيضا حقل فى غاية الأهمية هو حقل الروبوط أو الإنسان الآلى.

كل هذه التطبيقات وغيرها يمكن استخدامها في المؤسسة البرلمانية مثل تحويل خطب الأعضاء من الشكل الصوتي إلى شكل الحروف والجمل باستخدام خاصية التعرف على الصوت.

واكب تطور الحاسب الآلي وقدراته تطور القدرات الاتصالية من بلد لآخر ومن قارة لأخرى على الأرض ، وإذا كان الهنود الحمر - عند اكتشافهم - كانوا يتصلون عبر رسائل الدخان حيث يتم ارسال اشارات دخانية كل اشارة لها رمز معين ، وفي أفريقيا كانوا يتصلون عبر الطبول وأصواتها وكان لصوت الطبلة أيضا رمز خاص ، وفي العصور المتقدمة استخدم الحمام الزاجل لنقل الرسائل، وفي العصر الصناعي استخدمت السيارات والبواخر والقطارات والطائرات واشارات مورس، أما في عصر المعلومات أصبح الاتصال ونقل المعلومات بين الحاسبات وأجهزة التليفون المحمول يتم عبر الأقمار الصناعية بأسرع من لمح البصر ، وهو ما يعني سرعة وسهولة انتقال المعلومات وهو ما وفر ميزات اقتصادية للدول المتقدمة عن دول العالم النامي الذي مازالت بنيته الأساسية المتعلقة بالاتصالات أقل من المستوى المأمول.

لقد ظهرت شبكة الإنترنت التي جمعت بين سهولة الاتصال وبين تطور أجهزة الحاسبات والبرمجيات بشكل كبير حتى أصبح يطلق على العالم اسم القرية الصغيرة.

الشبكات

بهدف الاتصال بين الحاسبات وبعضها البعض بدأ الأمر بمحاولة توصيل جهاز حاسب بآخر ولما نجحت التجارب ، بدأ العلم يتجه نحو وصل عدة أجهزة حاسب بمجموعة أجهزة حاسب ثم القراءة من حاسبات عن بعد ، أو جعلها تنفذ عمليات عن بعد، ومن هنا بدأ يتطور مفهوم الشبكات ، والشبكات نوعان :

أ - الشبكات المحلية : Local Networks

وهي الشبكات التي تربط بين مجموعة من الأجهزة في طابق في بناية أو بين عدة حاسبات في بنايات متجاورة أو على نطاق أوسع في منطقة محددة.، وقد تكون هذه الحاسبات مرتبطة عبر أسلاك أو عبر موجات قصيرة تسمى Wi-Fi

ب - الشبكات العريضة : Wide area Networks

وهي الشبكات التي تربط بين الحاسبات من دولة لأخرى أو من قارة إلى أخرى أو بين مختلف المناطق في العالم.

والحقيقة أن ذلك يتم الآن بمنتهى السهولة عبر أسلاك الهاتف وعبر الأقمار الصناعية ، وعبر تجمعات عنقودية لبعض أجهزة الحاسب المتقدمة التي يطلق عليها الأجهزة الخادمة Servers وهي التي تمثل مخزناً إلكترونياً لكم ضخم من البيانات والمعلومات يطلع عليها عدد كبير من المؤسسات والبشر في أماكن متعددة من العالم.

٤ - ٥ شبكة الإنترنت :

مع تطور البرمجيات والشبكات ظهرت شبكة الإنترنت في نهاية الستينيات من القرن الماضي تمثل مطلباً عسكرياً في البداية للمؤسسة العسكرية الأمريكية ، إذ أنه إبان الحرب الباردة بين روسيا وأمريكا ظهر تساؤل في البنتاجون فحواه ماذا يحدث إذا أطلق الاتحاد السوفيتي صواريخه على أمريكا فانقطعت الاتصالات داخلها ، فكيف يمكن تحريك الوحدات العسكرية الأمريكية في حال انقطاع خطوط الاتصال وبعد عدة سنوات من العمل ظهرت شبكة الإنترنت كإجابة على هذا السؤال ثم انقسمت الشبكة بين المجتمع العسكري الأمريكي والمجتمع العلمي هناك ليتولى الجزء المدني منها مجموعة من الجامعات وأخذت في التطور حتى ظهرت شبكة الإنترنت للعالم أجمع، وانتشرت عقب ظهور تقنية النص الفائق Hypertext وهي الثورة الحقيقية في عالم الإنترنت إذ مكنت هذه التقنية العالم من الاتصال بسهولة عبر الإنترنت وتبادل المعلومات وانشاء المواقع.

وتقنية النص الفائق تعني ببساطة امكانية التنقل بين النصوص بشكل عشوائي وهذا التنقل يتم أيضاً بين المواقع وعلى سبيل المثال فإنك لو كنت تقرأ مجموعة من المعلومات عن البرلمان الإنجليزي وأثناء القراءة توقفت عند كلمة (الملكة إليزابيث) وإذا أردت معلومات إضافية عن الملكة إليزابيث فإنك بالنقر عليها ستنتقل لصفحة أخرى تضم السيرة الذاتية لها وأثناء قراءتك لسيرتها الذاتية وجدت أنها زارت مملكة البحرين وأردت معلومات إضافية عن البحرين فإنك بالنقر على كلمة (البحرين) ستنتقل للموقع الخاص بحكومة المملكة لتحصل على

بغيتك هناك ، وهكذا يمكنك التجول في شبكة الإنترنت كلها من موقع لآخر دون أن تكمل قراءتك لموقع بأكمله ، وجدير بالذكر أن الكلمات التي تقوم بالنقر عليها عادة ما تكون بلون مخالف للون بقية النص وقد تعود غالبية معدى هذه الصفحات وضعها بلون أزرق كما أنك تجد رأس الفأرة المثلث على الشاشة يتحول إلى شكل يد مما يعني أنك تقف على نص فائق وليس نص عادي ، وهذا الحال يمكنك أن تجده مع الصور وكذلك مع التسجيلات الصوتية إذا كانت متاحة، كذلك من المهم الإشارة إلى أن النص العادي يسمى النص التتابعي Sequential Text أي أنك تقرأه بانتظام من صفحة للصفحة التالية، بينما النص على الإنترنت يسمى بالنص العشوائي Random Text حيث يمكنك القفز بين صفحات عدة في عدد من الموقع ولست ملزما بالقراءة التتابعية.

وتقدم لنا شبكة الإنترنت خدمات متعددة منها :

أ - خدمة التجول بين المواقع : World Wide Web Browsing

حيث باستخدام خاصية النص الفائق Hypertext يمكنك التجول بين المواقع باللغات المختلفة في كل دول العالم، وإحدى أجزاء شبكة الإنترنت مايعرف بالشبكة العنكبوتية العالمية، وهى المواقع المبنية باستخدام خواص النص الفائق، وهناك بعض البرمجيات التي يمكن عن طريقها بناء المواقع على شبكة الإنترنت مثل HTML أو باستخدام بعض التطبيقات التجارية الجاهزة، وهناك العديد من هذه التطبيقات أيضا متاح مجانا على شبكة الإنترنت.

ب - خدمات البريد الإلكتروني : E-Mail

حيث يمكنك إنشاء عنوان بريد إلكتروني لكي تستقبل عليه كل البريد الذي يأتي إليك، كما يوفر لك صندوق بريد الكتروني ترسل منه خطاباتك إلى الآخرين عبر الإنترنت.

ج - خدمات المنتديات والدردشة : Chatting

حيث يمكنك الاشتراك في المنتديات الإلكترونية المتاحة عبر الإنترنت والتي قد تتوافق موضوعاتها مع اهتماماتك وهناك العشرات من المواقع الخاصة بهذه المنتديات خاصة في مجال البرلمانات على شبكة الإنترنت.

د - خدمات البحث : Search Tools services

حيث يمكنك البحث عن أي موضوع تريده باستخدام واحد من أدوات البحث على الشبكة مثل محركات البحث التي تمكنك من البحث في موضوع محدد لا تعرف مسبقاً أين هي المواقع التي تريد التجول فيها ، أو أدلة البحث والتي توفر قوائم بموضوعات تجد بكل موضوع عشرات من المواقع التي تغطي محتوياته ، وهناك أدوات البحث الذكية التي تحفظ أبحاثك السابقة وتضيف إليها عند ظهور جديد.

هـ-خدمات تحميل الملفات: File Transfer Protocol (FTP)

وهى واحدة من أهم خدمات شبكة الإنترنت ونعني بها إمكانية نقل وتحميل الملفات عن بعد سواء تم إرسالها عبر البريد الإلكتروني أو تم تحميلها من موقع محدد على الإنترنت

٥ - التجارة الإلكترونية :

حيث يمكنك القيام بعمليات شراء الكتب والدوريات والأجهزة والملابس وغيرها عبر الإنترنت وباستخدام بطاقة الائتمان خاصتك Credit Cards وعادة ما تكون هذه المواقع مؤمنة من الدخول غير المشروع عليها.

وتوفر الإنترنت خدمات أخرى كالأدلة والقواميس والموسوعات والمكتبات الرقمية وغيرها العشرات.

٦ - نظم المعلومات في المؤسسات :

تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال منظومات محددة بهدف تنسيق العمل التشغيلي والإداري والمؤسسي في جميع المؤسسات في العالم ولا يقتصر هذا الأمر على البرلمانات فقط.

(شكل) أنواع نظم المعلومات

وتمثل نظم المعلومات التشغيلية قاعدة الهرم لأنها تمثل أدنى مستوى من المعلومات والذي يطلق عليه عادة اسم (البيانات Data) مثل الحضور والانصراف والغياب ، تليها في الدرجة نظم المعلومات الإدارية والتي تمثل مختلف التطبيقات التي يعمل عليها الموظفون في الإدارات المختلفة كنظام المضابط واللجان ونظم معلومات الموارد البشرية والمالية وغالبا مايقع على عاتق رؤساء الوحدات مراقبة انتظامها، ثم يليها نظم المعلومات التنفيذية والتي تعرض أداء الوحدات والإدارات كل على حدة وبالتالي تنتظر من المدير أو المسئول غالباً تمريرها أو إعادتها لأمر ما ، ثم معلومات كلية لأداء البرلمان ونواحي القصور وارتفاع الأداء والمشكلات التي تواجه البرلمان ككل وتنتظر من الرئيس أو الأمين العام قراراً مبنياً على نظام لدعم اتخاذ القرار مثل زيادة عدد العاملين، أو صرف مكافآت ، أو تحديث شبكة الحاسب ، أو التعامل مع حالات القصور في الموازنة.

وغالباً ما يتوافر في المؤسسات العربية نظام المعلومات التشغيلي والإداري أما نظم المعلومات التنفيذية ونظم دعم اتخاذ القرار فما زالت لم تجد لها بعد سوقا واسعة في المؤسسات العربية ، وقد نتج ذلك في بعض أسبابه من عدم الوعي بأهميتها ، أو قصور الموازنات ، أو عدم تقديم موردي النظم لمثل هذا النوع من النظم في عروضهم إلى آخر هذه الأسباب ، أو لأن العمل لا يتم بشكل مؤسسي في بعض المؤسسات ومتروك لقرارات الأفراد.

الفصل الرابع

الصحافة الإلكترونية

الفصل الرابع

الـصحافــة الإلكـترونـيـة

الصحافة الإلكترونية (النشأة والمفهوم)

يرجـع سـيمون بـاينزS.Bains " نشـأة الصـحافة الالكترونيـة كثمـرة تعـاون بـين مؤسسـتي BBC الإخباريـة وإندبنـدنت بـرودكاستينغ أوثـوريتي IBA عـام ١٩٧٦ ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحـت اسـم سـيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل . oracle

وفي عام ١٩٧٩ ظهرت في بـريطانيا خدمـة ثانيـة أكـثر تفاعليـة عرفـت باسـم خدمـة الفيـديو تكسـت مـع نظـام بـريستل Prestel قـدمتها مؤسسـة بـريتش تلفـون أوثوريتي.

وعلى الرغم من ان محاولات هذه المؤسسـات لم تلـق النجـاح المطلـوب الا أن الأمـر تغـير كليـا مـع بدايـة التسـعينات الـذي حمـل معـه تطـورات هائلـة عـلى جميـع المستويات، واذا كان نجاح خدمة Tele Textمرده الاعـتماد عـلى جهـاز التلفزيـون، فإن نجـاح الصـحيفة الالكترونيـة مـرتبط مباشـرة بتـوفر أجهـزة الكمبيـوتر وتطـور البـرامج التي تسهّل الوصول الى الانترنت والتعامل معها .

وللصحافة الالكترونية والتـي يطلـق عليهـا في الدراسـات الادبيـة والكتابـات العربيـة مسـميات اخـرى مثـل الصـحافة الفوريـة والنسـخ الالكترونيـة والصـحافة الرقميـة والجريدة الالكترونية، تعريفات عديدة منها : "هـي منشـور الكـتروني دوري يحتـوي على الاحداث الجارية سواء المرتبطـة بموضـوعات عامـة او بموضـوعات ذات طبيعـة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر وغالبـا مـا تكـون متاحـة عبـر شـبكة الانترنت، والصحيفة الالكترونية احيانا تكون مرتبطة بصيفة مطبوعة.

بينما يعرفها البعض: "بانها الصحف التي يتم اصدارها ونشـرها على شـبكة الانترنـت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ او اصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعـة او موجز لاهم محتويات النسخ الورقية، او كجرائـد ومجـلات الكترونيـة ليسـت لهـا

اصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الاخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير journalism online تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية الى تلك الصحف والمجلات الالكترونية المستقلة اي التي ليست لها علاقة بشكل او باخر بصحف ورقية مطبوعة .

ورغم عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء اول صحيفة الكترونية فانه يمكن القول ان صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الاولى في العالم والتي نشرت الكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام١٩٩٠ .

في عام ١٩٩٢ أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة ألكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الالكترونية الاول على الانترنت أنطلق عام ١٩٩٣ في كلية الصحافة والأتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Altoوألحق به موقع آخر في ١٩ يناير ١٩٩٤ هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بإنتظام على الشبكة "وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجانا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافةجزءا من تطور وتوزيع شبكة الانترنت. "وبدأت غالبية الصحف الاميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي ١٩٩٤-١٩٩٥ وزاد عدد الصحف اليومية الاميركية التي أنشأت مواقع ألكترونية من ٦٠ صحيفة نهاية عام ١٩٩٤ إلى ١١٥ صحيفة عام ١٩٩٥ ثم إلى ٣٦٨ في منتصف عام ١٩٩٦.

وتعد صحيفة "الواشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع أسم "(الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي (الصحف الالكترونية) التي تخلت للمرة الاولى في تاريخها عن الورق والاحبار والنظام التقليدي للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وامكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الاعلام المتعدد (Multi media)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنيت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشتركين فيها داخل الولايات المتحدة

ودول أخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات أخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك.

وفي شهر نيسان عام ١٩٩٧ "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للاصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا انهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم بأختلاف العلاقة مع القارىء هذه المرة.

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الالكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبدالستار فيكي: "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الالكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام ١٩٩١ لم يكن هناك سوى ١٠ صحف فقط على الأنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ ١٦٠٠ صحيفة عام 1996وقد بلغ عدد الصحف عام ٢٠٠٠ على الانترنت ٤٠٠٠ صحيفة على مستوى العالم، كما ان حوالي ٩٩% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الاميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت.

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت فقد تطور حسب Pavlikعبر ثلاث مراحل؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الأنترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا. المرحلة الثانية يقوم الصحافيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتواءم مع مميزات ماينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الاول. أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحافيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الاشكال الجديدة للتعبير عن الخبر.

منذ منتصف التسعينات ، والصحافة الاليكترونية تجاهد لكي يكون لها أشكالها ، وخصائصها المميزة كوسيط اتصالي ، إلا أنه من الصعب أن نحدد تعريفا واحدا جامعا مانعا للصحافة الاليكترونية ، فعلى الرغم من وجود رابط أساسي بين كل أنماط الصحافة الاليكترونية إلا وهو توظيف الحاسبات الاليكترونية وتقنيات النشر

الاليكـتروني ، إلا أنهـا تختلـف مـن حيـث السـمات والوظـائف والجـنس الاعلامـى Media Genre بحسب درجـة وأبعـاد توظيفهـا للحاسـبات الاليكترونيـة إلى جانـب اسـتفادتها مــن التقنيــات الأخــرى المتســعة والمتطــورة في مجــالات تكنولوجيــات المعلومـات والاتصـالات مثـل: الاتصـالات السـلكية واللاسـلكية ، الأقـمار الصـناعية ، الاتصالات الرقمية ، شـبكة الانترنـت ، فضـلا عـن تقنيـات الـنص الفـائق ، الوسـائط المتعددة ، التصوير الفوتوغرافي الرقمي والتقنيات متناهيـة الصـغر ، وأنظمـة الـورق والحبـر الاليكتروني ، بحيـث يمكـن أن يشـتمل تعريـف الصـحافة الاليكترونيـة عـلى طيف متسع مـن أشـكال النشــر الصـحفي الـذي يبـدأ بالنشــر المطبـوع المسـتعين بالحاسبات الاليكترونية ، ليصل إلى الصحيفة الاليكترونية اللاورقية.

على الرغم من أن المـداخل والأوجـه المتنوعـة للصـحافة الإلكترونيـة تحمـل قدرا واضحا من الاختلافات في التوجه والانتماء، فهي جميعـا تشـكل ظـاهرة واحـدة يفترض أن تسـير وفق مسار أو منهج واحد تقريبا في العمل، بغض النظر عما إذا كان من يقوم بهذا النشاط مؤسسات ودور صحفية ومحررون محترفون أو منظمات غـير صحفية أو صحفيون هواة أو خلافـه، وذلـك لأنـه مسـار نـابع مـن طبيعـة الإنترنـت كشبكة معلومات إلكترونيـة، ومـا تتيحـه هـذه الشـبكة مـن إمكانـات وأدوات غـير مسبوقة في ممارسة العمل الصحفي، وما تفرزه أيضا من تحديات.

المصطلحات المستخدمة في تعريف الصحافة الإلكترونية كلها تشير الى أنمـاط من الصحافة الاليكترونية اللاوقية ، كلهـا صـحف اليكترونيـة ، ولكنهـا تختلـف مـن حيث الأسلوب ووسـيط النشــر ، من هنا يمكننا القول ان الصحافة الاليكترونيـة هـى أى اصدار لاورقى يتم اصداراه بالاستعانة بشبكة الانترنت ، وعرضـه عـلى الشـبكة أو أى وسائط أخرى غير ورقية.

ويتضمن ذلك :

- الطبعات الاليكترونية من الصحف الورقية على شبكة الانترنت
- الصحف الاليكترونية التى ليس لها أصل ورقى على شبكة الانترنت
- مواقع الصحف الورفية على شبكة الانترنت

- مواقع المؤسسات الاعلامية المختلفة: الراديو والتليفزيون ووكالات الأنباء
- المواقع الاخبارية
- مواقع التشبيك الاجتماعى (الشبكات الاجتماعية)
- المواقع العامة والمتخصصة على شبكة الانترنت
- صحافة المدونات (التى تشمل المدونات المكتوبة، والمصورة ، والمسموعة)
- الصحافة الاليكترونية اللاورقية

يعرف الدكتور عماد بشير الصحيفة الاليكترونية بأنها صحيفة تنطبق عليها مواصفات الصحيفة اليومية المطبوعة لجهة وتيرة الصدور ولجهة تنوع المواضيع بين السياسة والاقتصاد والثقافة الاجتماعية والرياضية ولجهة تنوع المواضيع بين السياسة والاقتصاد والثقافة الاجتماعية والرياضية ولجهة تنوع شكل المادة الصحافية بين الخبر والمقابلة والتحليل والتحقيق والمقالة ، ولكن أهم ما يميزها عن الصحيفة المطبوعة هو توافر المادة الصحافية على شكل نص إلكتروني (text) يمكن البحث فيه وتحريره من جديد بعد استرجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحافية جديدة. ومن المزايا الأخرى سرعة الوصول (access) إلى المادة الصحافية بأكثر من طريقة.

والصحيفة اليومية بشكلها الإلكتروني توافرت كأحد مصادر المعلومات قبل الطفرة الحديثة لاستخدام إنترنت. لكن ظهور الأخيرة ساهم في تعزيزها ودفع بالناشرين من مختلف الجنسيات إلى إصدار طبعات إلكترونية لصحفهم. وقد بدأ العمل على الاستفادة من المزايا التي توفرها الصحيفة الإلكترونية منذ منتصف السبعينات وظهرت الثمار الأولى للأبحاث في بداية الثمانينات مع الإعلان عن توافر عدد من الصحف اليومية آلياً بواسطة الاتصال الفوري المباشر (online) ومن أولى هذه الصحف صحيفتا واشنطن بوست ولوس أنجليس تايمز اللتان كانتا متوافرتين للمشتركين مع مواد صحافية أخرى منتقاة من عدد من الصحف الأميركية عبر خدمة معروفة بـ خدمة واشنطن بوست ولوس انجليس تايمز.

ويعرف "زايجن لى الصحافة الاليكترونيه بأنها صحيفة الإنترنت Internet Newspaper بأنها : منشور يتاح على شبكة المعلومات العالمية ، يتم مطالعتها وتصفحها من خلال برامج التجول Navigation Software ، ويتم بناء الموقع الإلكترونى والخاص بهذا النوع من الصحف من خلال استخدام لغة ترميز النص الفائق Hypertext markup Language (HTML) وغيرها من أدوات التصميم المستعينة بالحاسبات الإلكترونية لتقديم النص والمواد الجرافيكية التى تحتوى على المعلومات الصحفية على شاشات الحاسب الإلكترونى.

ذكرت امى لورنس أن الصحافة الإلكترونية هى " نسخ إلكترونية فورية Online Computerized Versions للصحف الورقية" ،ويشوب هذا التعريف الكثير من أوجه القصور ، فقد قصر مفهوم الصحافة الإلكترونية على أنها مجرد نسخة إلكترونية من الصحيفة الورقية ، رغم أنه ليس شرطاً أن تكون الصحيفة الإلكترونية صادرة عن نسخة ورقية ، فهناك العديد من الصحف الإلكترونية الكاملة التى ليس لها إصدار ورقى مثل موقع جريدة مصر العربية www.Misralarabia.com و هى صحيفة إلكترونية تتابع الأحداث فى مصر والعالم العربى..

ويرى جمال غيطاس أن الصحافة الإلكترونية: "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني ـ الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى ـ تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة".

وفي رحلة انتشارها عبر الإنترنت ـ وغيرها من شبكات المعلومات والاتصالات الأخرى ـ لم تتخذ ظاهرة الصحافة الإلكترونية شكلا واحدا يمكن التعامل معه من مدخل واحد وبسيط أيضا و ينتهي الأمر، بل كانت ثمرة طبيعية لبيئة الإنترنت الغنية بتنويعاتها وأطيافها المختلفة وآلياتها الجديدة كمرآة تعكس جزءا متزايد الحجم وشديد التفاعل وسريع التغيير من المجتمع البشرى، فكان منطقيا أن تأتي الصحافة الإلكترونية مختلفة تماما عما هو سائد في بيئة الصحافة التقليدية.

وترى منار فتحى محمد رزق انه يمكن تعريف الصحيفة الإلكترونية بأنها" **كل إصدار إلكتروني فوري يتم بثه عبر شبكة الويب، صمم باستخدام إحدى لغات الترميز، ليقوم القارئ بتصفحه والتفاعل معه على شاشة الحاسب الآلي، مستخدما برنامجا للتصفح، ويركز الإصدار على استخدام كل من الفنون الصحفية وقوالب التحرير الصحفي التقليدية منها والمستحدثة.**" ويشمل هذا التعريف على عدة أبعاد فرعية :

- **كل:** يشير لفظ "كل" إلى جميع أنماط وأشكال الصحيفة الإلكترونية سواء كانت نسخة إلكترونية من الصحيفة الورقية، أو نسخة معدلة من النسخة الورقية بحذف أو إضافة موضوعات معينة، ففيها ينشر المحررون مضموناً خاصاً لتلك المواقع مدعماً ببعض الإضافات مثل الروابط، الملامح التفاعلية مثل إمكانية البحث، درجة من شخصنة الموقع Customization, Personalization – وهى القدرة على اختيار الأخبار والمعلومات محل اهتمام كل مستخدم (قارئ) واختيار بعض المعالجات المتعلقة بحجم ولون الحروف ولون الخلفية بما يناسب ذوق المستخدم، أو صحيفة إلكترونية خالصة تتميز بمضمون إخباري أصلى مصمم خصيصاً للويب كوسيلة اتصال، واختبار أشكال جديدة لكتابة القصص الخبرية، تسمح هذه الأشكال بإضافة التجول خلال تقارير خبرية بطرق مختلفة عن مجرد قراءتها، وقد يحدث ذلك من خلال تقنيات معينة. وقد جربت الصحيفة الإلكترونية "نيويورك تايمز"الصور متعددة الأبعاد التي تسمح بالاكتشاف في مجال رؤية يبلغ ٣٦٠ درجة، هذه التقنية تسمح للمستخدم(المشاهد) "بالدخول" في حدث خبري حي أو مسجل، أو لرؤية صور ثابتة أو متحركة بأبعادها الثلاثة.

ويفيد استخدام كلمة "كل" توسيع نطاق تطبيق التعريف مستقبلا إذا تم استحداث أنماط جديدة تتفق مع باقي عناصر التعريف فتدخل في نطاق الصحيفة الإلكترونية.

- **الإصدار الفوري عبر الويب:** ويفيد هذا التخصيص في استبعاد سائر الأشكال الإلكترونية الأخرى التي قد تتخذها الصحيفة دون النشر عبر الويب، مثل استخدام تقنية التليتكست والفيديوتكست اللتان تعتمدان على شاشة التلفاز لا الحاسب، كما يستبعد من التعريف الصحيفة التي يتم تخزينها على أقراص مدمجة(CD).

- **تصميمه بإحدى لغات الترميز:** إن تصميم صفحات الصحيفة الإلكترونية باستخدام إحدى هذه اللغات مثل HTML, XML والتي سيأتي الحديث عنها تفصيلا في الفصل الثالث يسمح للقارئ أن يتفاعل مع الصحيفة كيفما يريد لا مجرد مطالعتها مثلما يحدث عند استخدام صيغ .gif , .pdf والتي من خلالها يتم بث صفحات الصحيفة على الويب كأنها صور لا يستطيع المستخدم فعل أي شأ حيالها وسيتم التعرض لهذه النقطة بالتفصيل في الفصل التالي.

- **تصفحه والتفاعل معه:** يحتاج المستخدم حرية واسعة عند التجول بين صفحات الموقع المختلفة فيريد التنقل بسهولة بين الصفحات ذات الصلة المشتركة والأقسام المتنوعة وسيتعرض الفصل الرابع لمفهوم التجول وطبيعته والإشكاليات المتعلقة به. ولا يقتصر هدف الموقع أو المستخدم على مجرد مطالعة ما يقدم له من معلومات الأمر الذي يعزز نماذج الاتصال التقليدية المختلفة بداية من نموذج "شانون وويفر" مروراً بنظرية الطلقة السحرية Magic Bullet Theory ونموذج تدفق المعلومات على مرحلتين Two-Step flow ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي، وصولاً إلى نموذج ويستلى وماكلين ومفاهيمهما عن حراس البوابة ورجع الصدى على أن وسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتفتقر إلى رجع الصدى، بل نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهين أو ذا اتجاهات متعددة.

ورغبة في تعزيز الاتصال ذي الاتجاهين ظهرت شبكة الويب التي تعد التفاعلية هي السمة الرئيسية المميزة لتلك التقنيات الحديثة المرتبطة بها. ومن خلال التفاعلية ينظر إلى المستخدم (المستقبل سابقا) باعتباره مشاركا فعالا Active participantفي العملية الاتصالية. وأصبح الأفراد يبحثون عن المعلومات أو يختارونها أكثر من استقبال المعلومات التي يرسلها الصحفيون. وفي بعض المواقع الصحفية الإلكترونية، يستطيع المستخدم القيام بما هو أكثر من اختيار المعلومات فيمكنه إضافة المعلومات أيضا. وبالتالى فإن الفروق بين المصدر والمستقبل تكاد تتلاشى. ولقد قللت أنظمة إدارة المحتوى Content Management Systems(CMS) من اعتبار المسئول عن الموقع webmaster وسيطا بين الكاتب والقارئ محولة الويب إلى وسيلة "اقرأ وأكتب" a read & write medium كما

تصورها منشأها تيم بيرناردز لي.وخلق هذا التطور قناة اتصال جديدة مباشـرة أكـثر بين الكتاب والقراء وأعطت قوة أكبـر للكاتب.

- **استخدام برنامج للتصفح:** يجب أن يستخدم القارئ برنامجا يمكنه من رؤية صفحات الويب ويسمى المتصفح، ويوجد بالسوق العديد من تلك المتصفحات تتنافس فيما بينها لتستحوذ على اكبر نسبة من مستخدمي المواقع الإلكترونية مقدمة العديد من الخيارات والمزايا التي تجذب المستخدم، وبالفصل الثالث تفصيلا لتلك المتصفحات.

- **استخدام الفنون الصحفية بشكل مركز:** إن أهم ما يميز موقع الصحيفة الإلكترونية عن غيره من المواقع اعتماده على محترفين في المجال الصحفي، واستخدامه لعدد من الفنون الصحفية فلا يركز على الخبر فقط كما تفعل المواقع الإخبارية التي تعتبره المادة الرئيسية للموقع. كما إن التركيز على استخدام مختلف الفنون الصحفية يكسب الموقع سمة تميزه عن سائر المواقع التي قد تكون خدمية أو تجارية أو حكومية أو ما شابه ذلك.

- **التقليدية منها والمستحدثة:** مع الرغبة في الاستفادة من مزايا الانترنت أيما استفادة، كان على الصحفيين أن يفكروا في عدم الاكتفاء باستخدام الفنون الصحفية التقليدية من خبر وحوار وتحقيق وغيرها، بل وتطوير العديد ممن الفنون المستحدثة التي تقدمها الويب كوسيلة اتصالية مثل:

  - عرض الشرائح المصورة slid- shows :ويعد احد الأساليب الفعالة في عرض وتقديم الموضوعات الاليكترونية على شبكة الانترنت. ويتجاوز مجرد عرض عدة صور حول حدث ما، ولكن يعتمد على توظيف الصور المتغيرة والعناصر الجرافيكية مضافا إليها التعليقات المصاحبة لتقديم مادة مصورة متكاملة.

  - القصص المسموعة audio stories: تأتي أهمية إضافة المادة الصوتية لقالب عرض القصص والموضوعات الإخبارية في حالة إذا قدمت هذه المادة الصوتية معنى جديد أو إضافة لا يمكن أن تقدمها الكلمات المكتوبة.

- العـرض السـردي باسـتخدام الشـرائح narrated slideshow: ويعتمد هذا الشكل على الدمج بين أسلوب عرض الشـرائح المصورة إلى جانب المادة الصوتية ولقطات الفيديو لتقديم الموضـوع الصـحفي في قالـب مثير ويختـار المنـتج سلسلة أو مجموعة من الصور والملفـات الصـوتية التـي تكمـل بعضـها بعضـا.ويـتم عرض الصور متتابعة بشكل اتومـاتيكي يصـاحبها الملفـات الصـوتية فيتكـون الشـكل النهـائي أشـبه بفـيلم متكامـل وهـو يشـبه الأسـلوب أو الاتجـاه الوثـائقي. ويمكـن اسـتخدامه بفاعليـة في عـرض القصـص التـي تتضـمن صـور وملفـات صـوتية مـؤثرة ومعبـرة.

- الوسـائط المتعـددة التفاعليـة interactive multimedia: يمكـن دمج أشكال متعددة لعرض القصص الصحفية، فنحصـل عـلى نمـوذج واحـد متكامـل لكنه متعدد العناصـر والأبعاد. يمكن على سـبيل المثـال الجمـع بـين تقنيـات الرسـوم الساخرة المتحركة، والعناصـر الجرافيكية النشطة، المـواد السـمعية، الصـور ولقطـات الفيديو حتى نحصل على نموذج شامل ومبتكر.

- القصص الجانبية sidebars :ترتب على ضرورة الاختصار والتركيز في تقديم القصة الإخبارية ظهور الحاجة إلى تقـديم عناصـر فرعيـة وجوانـب مختلفـة للحدث الرئيسـي في شكل قصص جانبية يطلع عليها المستخدم المهتم إذا أراد. وهـي في نفـس الوقـت منفصـلة عـن القصـة الأساسـية حتـى لا تعـوق سـرعة متابعـة المستخدم لها.

- عـرض الوثـائق أو النسـخ الأصـلية transcripts: قـد تـزود المواقـع الاليكترونية على شبكة الانترنـت مسـتخدميها بالوثـائق الأصـلية الخاصـة بالمقـابلات والاجتماعات العامة (مثل الوثائق والنسخ الأصلية الخاصة بالمؤتمرات الصحفية).

- **الاعتماد على قوالب التحرير الصحفي المختلفة:** مـع تطـور أشـكال الاتصال، والكم الهائل من المعلومات حول الحدث أو القضية أو المشكلة أو الظاهرة أصـبح القـارئ غـير مقتنعـا بـأن تقـدم لـه الصـحيفة البيانـات والمعلومـات والآراء والحقائق في شكل الهرم المقلوب أو الهرم المعتدل أو الهـرم المقلـوب المتـدرج، ومـع التحـديات التـي يواجههـا التحريـر الصـحفي في عصـر الانترنـت، بحثـت الصـحف الإلكترونية عن قوالب تحريرية جديدة لتحرير الأخبار والموضـوعات الصـحفية منهـا

على سبيل المثال قالب لوحة التصميم storyboard وهو من القوالب المهمة ويتم فيه إدخال الصوت والصورة والمنتديات الحوارية مع التحقيق الصحفي، وقالب المقاطع section technique والذي يناسب التحقيقات الطويلة والمركبة والمعمقة والقصص المفصلة، ويقوم على تقسيم التحقيق إلى مقاطع والتعامل مع كل مقطع على انه وحدة مستقلة لها مقدمة وجسم وخاتمة ، وتوجد قوالب عديدة جديدة ، لكن لن تتعرض الباحثة لها لأنها ليست موضوع الدراسة.

وهنا نتفق مع تعريف جمال غيطاس للصحافة الاليكترونيه ، الذى يرى أن الصحافة الإلكترونية هى:نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني ـ الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى ـ تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.

وكانت جريدة الواشنطن بوست الاميركية أول من قام باطلاق موقع إخبارى الكترونى فى عام ٩٤ ولقد كلف تنفيذه آنذاك عشرات من ملايين الدولارات ولقد قامت خلاله الجريده بنشر العديد من موضوعاتها من خلال شبكة الانترنت مقابل بدل شهري لايتجاوز عشرة دولارات للفرد ويتضمن نشرة تعدها الصحيفة و يعاد تحديثها فورياً فى كل مرة تتغير فيها الاحداث مع وجود مراجع وثائقية وتاريخيه وإعلانات و لقد اطلق على هذا النوع من النشر مصطلح " الحبر الرقمى " وكانت هذه هى بدايه ظهور الصحف الالكترونيه التى كانت الشراره الاولى لظهور الاعلام متعدد الوسائط عن طريق الربط بين تقنيات الكمبيوتر وبين تقنيات المعلومات وهو ما ترتب عليه التنامى الرهيب للشبكه وإتساع حجم المستخدمين فى كل أنحاء العالم.

وقبل أن تنتهى التسعينات كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصاً الكبرى منها قد سخرت كل إمكانياتها و أسست لنفسها مواقع على شبكة الانترنيت وبدأت بأصدار نسخ الكترونية من طبعتها الورقية التي بقيت محتفظة بمكانها دون أن تسجل تراجعا في أرقام توزيعها اليومية.. حتى أنه من النادر الان أن توجد

صحيفة تصدر مطبوعة دون أن يكون لها نسخة الكترونيه وقد شجع على ذلك إنتشار تقنيه الانترنت ورخص أسعارها وسهولة إستخدامها.

وكانت هذه الصحف تطلق نسختها الالكترونيه فى محاوله تحقيق عده فوائد فهي تستخدم الموقع للترويج والاعلان لطبعتها الورقية وتضمن آفاقاً جديدة للتوزيع والانتشار تتجاوز المتاح لطبعاتها الورقية بسبب قيود الرقابة والنقل والامكانات المالية.. وهي من ناحية أخرى تحاول الاحتفاظ بقرائها المهتمين بوسائل أخرى.

لكن إدارات هذه الصحف سرعان ماوجدت أن النسخة الالكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبي إحتياجات القراء حيث يبحث المستخدم عن الجديد دائما بعيدا عن الطبعه الورقيه على الانترنت.. وهكذا بدأت الصحف بأنشاء إدارات تحرير خاصة لمواقعها الالكترونية تتولى تحرير جريده منفصله عن النسخة الورقية مستغله المزايا الكبيرة التي توفرها تقنية الانترنت من حيث كمية المعلومات الممكن تقديمها والمساحة الكبيره للموقع الالكتروني وقد تمكنت هذه الصحف الالكترونية من الحصول على مكانة خاصة لدى القراء نافست فيها الطبعة الورقية وبعد أن كانت تستخدم الصحيفه الالكترونيه للترويج للورقيه أصبحت الصحيفة المطبوعة تستخدم ايضاً للترويج للنسخة الالكترونية (ونواصل).

ويمكن القول أن الصحيفة الاليكترونية هى شكل من أشكال النشر الاليكترونى الذى قد يقوم به المحترفون (أو الهواة) على شبكة الانترنت ، وهى تجمع بين خصائص ووظائف الصحافة الورقية وتستفيد من خصائص وسمات الانترنت كوسيط اتصالى جديد ، ولها اشكال عديدة واجناس تعبيرية مميزة.

الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية:

يمكن تحديد الفروق بين الصحافة الإلكترونية والورقية فى الجوانب التالية:

(١) من حيث الشكل والتصميم:

أ-الصحف الإلكترونية يتم قراءتها بشكل عمودي أو أفقي نظراً لعرضها من خلال شاشة الكمبيوتر صغيرة الحجم في حين يتم قراءة الصحف الورقية رأسياً على صفحات كبيرة وهو ما يسهل الاطلاع الفوري على المحتوى الأمر الذي يصبح أكثر صعوبة من خلال الشاشة الأمر الذي تفادته الصحف الإلكترونية من خلال القائمة الجانبية الموجودة بالصحف الرئيسية وهى الأشبه بفهرس للأبواب ومختصرات للأخبار في الصفحة الرئيسية.

ب-قدرة الصحف الإلكترونية على تفعيل عناصر الملتيميديا وتدعيم القصص الخبرية لملفات متعددة الوسائط وهذا الأمر غير متوافر في الصحف الورقية إلا أن فهم طرق توظيف عناصر الملتيميديا ما زال محدوداً في الصحف الالكترونية، كما أن استخدام عناصر الملتيميديا يجعل المواد الإعلامية أشبه بالمواد المذاعة أو التي يتم بثها عبر الراديو أن التلفزيون وهو ما يفقد الجريدة خصوصيتها كما أن ذلك سيخلق تنافساً بين المؤسسات الصحفية ومقدمي الخدمات الصوتية والفيديوية عبر الانترنت مثل محطات الراديو. وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة على الإنترنت إلى نوعين هما:

الرسوم المتحركة الديناميكية:وتتغير من عدد لآخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحفية وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية لتحقيق ما يلى:

١- عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية.

٢- عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة ، أو عرض صور لاعبى كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.

٣- عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية والتي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلى أسفل.

٤- جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

الرسوم المتحركة الثابتة: وهى ثابتة في كل عدد من أعداد الصحيفة على الإنترنت والتي تميز شخصية الجريدة، وتستخدم الصحف هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية:

١- تثبيت شخصية الصحيفة على الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقى الصحف والمواقع الموجودة على الشبكة.

٢- جذب انتباه القارئ للصحيفة.

٣- المساعدة على التذكر.

٤- خلق انطباع معين لدى القراء.

(٢) من حيث كم المحتوى المقدم:Content

للصحف الإلكترونية قدرة هائلة على نشر كميات كبيرة من المحتوى غير محددة في ذلك بقيود المساحة أو وقت النشر، كما أن الخدمة الأرشيفية التي تتيحها من الخدمات المضاعفة لها من حيث كم المحتوى عن الصحف الورقية.

(٣) من حيث سرعة الوصول Accessibility:

تمتاز الصحف الإلكترونية عن الورقية في ان إمكانية الوصول السهل لها يكون في أي مكان وفي أي وقت، أما الصحف الورقية فلها أماكن بيع محددة وأوقات محددة لشرائها فهي قابلة للنفاذ إلا أن الصحف الإلكترونية كى يتم قراءتها لابد من توافر جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت وهذا ما يجعل في أمر الوصول لهذه الصحف بعض الصعوبات في حالة انقطاع الشبكة أو بطء تحميلها أو إصابة جهاز الكمبيوتر بفيروس يستلزم إعادة تثبيت برامج التشغيل.

(٤) الفورية على شبكة الانترنت Immediacy:

١- يمكن للصحف الإلكترونية أن تقدم تغطية مباشرة وشاملة للأحداث بشكل آنى خلال ٢٤ ساعة، وهو الأمر الذي يصعب بالنسبة للصحف الورقية حيث يتطلب الأمر استصدار طبعة جديدة من الصحف أو الانتظار لليوم التالي، وقد لاحظت الجمعية العالمية للجرائد لدول أوروبا الخمسة عشر أنه بالرغم من أن المجلات هي أكثر عدداً من الصحف اليومية الا أنه على الانترنت فإن الصحف استطاعت أن تنسجم بسهولة مع ذلك الحامل الجديد وربما يرجع ذلك لأن سرعة شبكة الإنترنت قريبة من الثقافة الصحفية التي تعتمد كلياً على سرعة نقل الحدث. ولكن هنا يبرز تساؤلاً نتيجة لتوافر خاصية الاليكترونية على شبكة الانترنت في الصحف الإلكترونية ألا وهى (الاليكترونية على شبكة الانترنت مقابل الدقة أي منهما لها الغلبة) وهو ما يتفق مع الفكرة النظرية التي تم عرضها سابقاً حول السرعة مقابل الجودة حيث أن السعي المستمر لتحديث الموقع وفقاً لآخر التطورات قد يجعل هناك حرص اقل على تقصى الحقائق والتحليل العميق لها.وقد أوضحت Patricia and others أن المنافسه الشديده بين الصحف الإلكترونية لتقديم المعلومات لحظة بلحظة لم تجعل هناك وقت للتأكد من دقة المعلومات.

(٥) الوصلات الافتراضية Hyper linking:

وهى أحد الأجزاء الأساسية المميزة للشبكة العنكبوتية حتى أن اسم الشبكة نفسه يوحى بالتداخلية Interconnectivity بين العديد من المواقع، وتتيح الوصلات الافتراضية للمستخدم الخدمات الإخبارية الانتقال بين محتوى متنوع ومختلف والانتقال من قراءة مختصرات الأخبار إلى قراءة تفاصيلها بل تمكن هذه الوصلات المستخدم من التعرف على الخلفيات التاريخية للأحداث , إلا أن هذه الوصلات ترتبط بها بعض السلبيات وهى قد تتيح للقارئ قدر لا متناهي من المعلومات وقد تجعله ينتقل من القراءة في موضوع إلى موضوع آخر تماماً وهو ما قد يقلل قدرته على تركيز المعلومات واستيعابها بشكل جيد كما أن انغماس القارئ في كم غير متناهي من المعلومات قد يصيبه بالملل مما يدفعه إلى التوقف عن قراءة الصحيفة تماماً.

(٦) التفاعلية Interactivity:

تتسم الصحف الإلكترونية بقدرتها على توفير قدر كبير من التفاعل بينها وبين مستخدميها وهو الأمر الأكثر صعوبة في حالة الصحف الورقية حيث تتيح الصحف الإلكترونية هذا التفاعل سواء بالتعليق على الموضوعات أو التراسل مع مقدمي الخدمات الإخبارية بالموقع وهو الأمر الذي قد يصاحبه بعض الصعوبات والمخاوف بالنسبة للصحفيين حيث يقع على الصحفيين عبء الرد على الكثير من الرسائل، كما أنه قد يرسل لهم بعض الرسائل المهينة أو التي بها تهديد أو بها معلومات خيالية تشغل الصحفيين دون فائدة.

أما آليات التفاعلية المتاحة لمستخدمي الصحف الاليكترونيه هى:

١- البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة.

٢-جماعات النقاش

٣-تزويد المستخدم بالبريد الخاص لمحررى الموضوعات المختلفة.

٤-الاستطلاعات الاليكترونية على شبكة الانترنت للرأى العام.

٥- النشرات الإلكترونية التي يبدى المستخدمين من خلالها على آرائهم.

٦-تبادل رسائل إلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضع الحدث.

٧-الانتقال لمواقع أخرى تنشر معلومات تفصيلية عن الموضوع المنشور في الصحيفة.

٨ -مدى وجود إمكانية للاشتراك في النشرات الإلكترونية.

٩-إمكانية وجود اشتراك في جماعات النقاش.

١٠-الشبكات الاجتماعية

١١-المدونات والتويتر

(٧)من حيث الكلفة وإمكانية تعديل المحتوى:

فقد اكتشف Singer 2001 في دراسته المقارنة بين الصحف الورقية والإلكترونية أن هناك اختلافات في كلفة التجهيزات اللازمة لصدور كل منهما حيث نجد أن الصحف الورقية تحتاج إلى تجهيزات أكثر وغالية الثمن يحمل عبء تكاليفها على المنتج ولا تحتاج إلى تجهيزات من المستهلك، أما الصحف الإلكترونية تحتاج إلى كلفة أقل في التجهيزات من جانب المنتج وبعض التجهيزات الاختيارية من جانب المستهلك، كما أن المنتج في الاولي لا يتحمل تكلفة طبع في حين أن المستهلك قد يتحملها في حالة احتياجه لقراءة المادة الإعلامية على ورق لكن سهولة التحكم في المحتوى الخاص بالصحيفة الإلكترونية فإن يستطيع المستخدم أن يحدد المجال الذي يريد أن يحصل فيه على المعلومات والأخبار تمكنه من تقليل تكاليف الطبع بالنسبة له.

وتنفرد الصحيفة الالكترونية -عند عبد الرحمن الحبيب-بالعديد من المميزات التي تجعلها مصدر جذب للقارئ الجديد وذلك للعوامل والأسباب التالية:

١- توفر كما ضخما من المعلومات.

٢- توفر فرصا للوصول إلى مجالات شديدة التخصص تخدم مجموعات محددة من القراء.

٣- المساحة لا تشكل مشكلة بالنسبة للصحيفة الالكترونية فهي أشبه بالفضاء اللامحدود بعكس الصحيفة المطبوعة المحدودة بعدد معين من الصفحات.

٤- المعلومات المنشورة على الانترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالصحيفة الالكترونية تشكل وسيلة إعلامية انسيابية متحركة دائمة التبدل والتجدد.

٥- تكاليف المادة الالكترونية وإعدادها ونشرها أقل بكثير من المادة المطبوعة.

٦- السرعة أو الاليكترونية على شبكة الانترنت في نقل المعلومات والأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بطبعات قليلة ومعينة قابلة للتحديث.

٧- تـوفر الصـحيفة الالكترونيـة إمكانيـة التفاعـل المباشـــر بـين القـارئ والمسئولين في الصحيفة أو الكتاب.

٨- تـوفر الصـحيفة الالكترونيـة خـدمات الأرشـيف أو الرجـوع إلى مركـز معلومات الصحيفة بكل سهولة ويسـر.

٩- تقدم الصحيفة الالكترونية خدمات الربط لمواقع أخرى ذات العلاقة.

١٠- الحضـور العـالمي حيـث لا توجـد عقبـات جغرافيـة تعـترض الصـحيفة الالكترونيـة فهـي متاحـة في كـل مكـان تتـوفر فيـه متطلبـات الانترنـت في حـين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.

١١- توفر الصحيفة الالكترونية على مدار الساعة حيث يتمكن المتصفح مـن زيارة موقع الصحيفة في أي وقت يشـاء دون الرضـوخ لعامـل الـزمن أو التوقيـت في حين الصحيفة المطبوعة موجودة في مواعيد محددة وتطبع نسخا محـددة وتـوزع في مساحة محددة.

سمات الصحافة الاليكترونية كوسـيط اتصالى:

ترصد هند بدارى أبـرز سمات الصحافة الاليكترونيه الاليكترونية على شبكة الانترنت فى الجوانب التالية:

١-الفورية أو الاليكترونية على شبكة الانترنت online

٢- التحديث المستمر للمضمون المقدم Updating

٣- النشـر على نطاق عالمي واسع Global Reach

٤- القدرة على الربط بين عناصـر متعددة داخل هيكل المعلومات Linkage

٥- استخدام الوسائط المتعددة Multimedia

٦- الأرشيف الإلكتروني الفوري Web Based Archive

٧- التفاعلية Interactivity:

٨- التفتيت أو اللاجماهيرية: Demassification:

٩- قابلية التحويل Changability:

الصور المتنوعة لتقديم الموضوع على الإنترنت :

الكتابة على الإنترنت :

يقول جوناثان ديوب إن الكتابة على الإنترنت خليط أو مزيج من الكتابة للصحافة المطبوعة والصحافة المرئية والمسموعة. ويؤكد على أن أسلوب البساطة والإيجاز المفضل لدى العاملين بوسائل الإعلام المرئية والمسموعة يجعل من السهل متابعة ما يكتب على الإنترنت. لكنه يشير إلى تجاهل العديد من المواقع الالكترونية للقواعد الأساسية للكتابة الجيدة. فاتباع أسلوب جدلي شئ جيد، لكن لا بد من مراعاة قواعد الإملاء والنحو. ويقول سكوت أتكينسون مدير الأخبار التليفزيونية إن أفضل نصيحة لديه هي أن تكتب للإنترنت كما لو كنت تكتب رسالة إلكترونية لصديق. "وهذا لا يعني أنك تستطيع الخطأ في تهجئة الكلمات ، وأن تتجاهل ضرورة أن يكون للحكاية بناء محدد، أو أن تخرج عن السياق. لكن ما يعنيه ذلك هو أن تستخدم في كتابتك أسلوبا يتصف بالود إلى أقصى ما تستطيع إجادته."

ونظرا لأن المواقع الإخبارية على الإنترنت عادة ما تتيح للقراء أو الزوار اختيارات عديدة، فإنه يجب على الكتاب تجنب المقدمات المطولة أو المستفيضة التي لا تبين للقارئ بسرعة ما يدور حوله الموضوع. فالمقدمة يجب أن تكون محفزا للقارئ على الاستمرار في القراءة؛ وإلا فإنه سيتجه لقراءة موضوع آخر. والموضوعات على الإنترنت بصفة عامة تكون أقصرمما يُكتب للصحف. ومن بين الإرشادات الجيدة أن يكون الموضوع المنشور على الإنترنت في حدود ٨٠٠ كلمة وأن يكتب كله على صفحة واحدة. فالدراسات أثبتت أن زوار المواقع الإلكترونية تكون لديهم الرغبة في قراءة الصفحة حتى نهايتها ؛ لكن لا يوجد مبرر لاضطرارهم للتحول نحو صفحات إضافية لاستكمال الموضوع نفسه. ولكي يكون من السهل استيعاب النص، فإن ديوب يقترح على من يكتبون على الإنترنت تقسيم نص الموضوع إلى فقرات متعددة، واستخدام العناوين الفرعية وتقسيم الموضوع إلى

نقاط محددة لعرض الأفكار بطريقة منفصلة بدرجة أكبر مما يحدث في الصحافة المطبوعة.

والصحافة على الإنترنت تتيح للقراء التجاوب الفوري والمباشر مع الكاتب أو رئيس التحرير عبر البريد الالكتروني، أو ربما بإجراء حوار حي معهم عبر الإنترنت. وبالإضافة إلى ذلك، تخصص مواقع كثيرة مساحة معينة لعرض ردود فعل القراء أو آرائهم، بحيث يتمكن الآخرون من الاطلاع على ما كتبوه ويردون عليه. وتخصص الإذاعة العامة في مينيسوتا بالولايات المتحدة مساحات خاصة لردود أفعال الجمهور على ما تبثه عبر الأثير أو ما ينشر على الإنترنت. ويطلب من المستمعين الاتصال أو إرسال رسالة إلكترونية بمعلوماتهم الإضافية. وتتضمن الحكايات المنشورة على الموقع الالكتروني للإذاعة العامة بمينيسوتا ركنا خاصا بعنوان "ساعدنا على تغطية الموضوع" لكي يتمكن الجمهور من إضافة تعليقاتهم وآرائهم."

ويرى الدكتور الصادق الحمامى أن الصحافة الالكترونية تعتبر إفرازا لتطور شبكة الانترنت وقد اتسمت بتطورات تاريخية مختلفة: ففي مرحلة أولي أنشأت الصحف مواقع للتأكيد علي حضورها. ثم في مرحلة موالية أصبحت الصحافة الالكترونية منظومة معقدة ومركبة تتداخل فيها عناصر مختلفة كالتطبيقات التقنية والتطبيقات التحريرية المتعلقة بالمضامين علاوة علي أبعاد اقتصادية.فنحن عادة ما ننظر إلي الصحافة الالكترونية باعتبارها مضمونا جديدا. بينما هي ليست كذلك فحسب، إذ تشكل منظومة لإعلام جديد. ثم إن الصحافة الالكترونية تختلف اختلافا جذريا عن الصحافة الكلاسيكية والتقليدية. مع العلم أننا في العالم العربي عادة ما نفهم الصحافة الالكترونية علي أنها الصحافة غير الورقية. في حين أن المسألة تختلف تماما. إذ لا يمكن غضّ الطرف عن الاختلاف الجذري الذي يرتبط بالعلاقة مع الجمهور.ذلك أن لوسائل الإعلام الكلاسيكية جمهوراً نظرا لتعاملها مع متلقي لا يملك القدرة علي التأثير في المضامين التي يتلقاها ومعني هذا أن البعد النشط للجمهور يتمثل فقط في مستوي تلقي وتأويل المضامين والخطاب الإعلامي.

أما بالنسبة إلي الصحافة الالكترونية، فمستخدم المواقع الإعلامية هو مستخدم نشيط وبالتالي يمكن القول إن الصحافة الالكترونية هي شكل إعلامي هجين لأن مضامينها نتاج مشترك بين الصحفي والمستخدم. مثال المدونات (BLOGS) التي تملكتها الصحافة الالكترونية بأشكال وأنماط مختلفة لكن الشكل

أنماط واساليب الكتابة الصحفية لمواقع الانترنت

تنقسم الكتابة لمواقع الانترنت "web style of writing" إلى نمطين رئيسيين ويستخدمان بأشكال مختلفة

أولاً: النمط الغامض المسهب :

وهو الذى يحتاج فيه القارئ إلى متابعة كل كلمة فى العبارة حتى يستطيع فهمها، كهذه الطريقة فى التعبير عن خطوات إنشاء موقع على الانترنت:

٢- النمط الموجز الواقعى:

وفى هذا النموذج يتم تحويل التعبيرات اللفظية المركبة إلى خطوات مرتبة ومحددة كالآتى:

"تتضمن عملية إنشاء موقع الخطوات التالية:

١- تعريف الموقع وتحديد ميزانيته.

٢- توافر المعلومات التخطيطية.

٣- تصميم الموقع.

٤- تماسك بنية الموقع.

٥- تسويق الموقع.

٦- متابعة الموقع وتقييمه..

وإلى جانب هاذين النموذجين توجد بعض الاعتبارات المهمة فى عملية الكتابة لمواقع الانترنت وهذا الاعتبارات هى:

١- ضرورة استخدام الكلمات بشكل مقتصد ومرشد، (Be frugal) والتأكد من أن النص الذى تتم كتابته يهم القارئ فى شئ ما.

Studiesإلى نتـائج هامـة، ترفـد المعنيـين في المجـال بمعلومـات مفيـدة تسـاعد في التخطيط للكيفية المثلى التي يجب أن يقدم بها المحتـوى للزائـرين ومـن بـين ذلـك بالطبع طريقة أو أساليب الكتابة.

من أشهر الدراسات التي أجريت بهدف التعرف على جمهور قـراء الإنترنـت دراسـات John Morkes and Jacob Nielsen التـي بـدأت في الولايـات المتحـدة الأميركية منذ العام ١٩٩٤ وتجرى سنويا بشكل منتظم وقد خلصت إلى العديـد مـن النتائج من أبـرزها:

- زوار مواقع الانترنت نادرا ما يقرؤون الموضوعات المنشورة كلمـة بكلمـة وبـدلا عـن ذلـك فـإنهم يقـرؤون عـن طريـق مـا يعـرف بالمسـح SCAN والتـي يختارون عبـرها جمل وكلمات معينة من القصة المنشـورة. (٩٧% يقـرؤون بطريقة المسح، و١٦% يقرؤون كلمة كلمة.

- أن نسـبة الـدخول إلى موقـع معـين ارتفعـت بنسـبة ٥٨% و٤٧% و٢٧% على التوالي عنـدما روعيـت مسـائل الاختصـار Concise والقابليـة للمسـح Scan والموضوعية Objective في أثناء كتابة القصص الإخبارية في الموقع.

- الزائرون لا يحبـذون الصـفحات الطويلـة ويملـون مـن عمليـة Scrolling ويفضلون أن يكون النص قصيرا ومباشـرا.

- يكرهون الكتابة بلغة إنشائية، ويحبذون النفاذ إلى الحقائق مباشـرة.

- يرغبون دائما في أن تكون آلية البحث في الموقع جيدة حتى يتمكنـون مـن الوصول إلى مواد محددة بهدف الاستزادة.

- يملون الانتظار لحين ظهور نتائج البحث، ويعتبـرون ذلك مضيعة للوقت.

أنماط واساليب الكتابة الصحفية لمواقع الانترنت

تنقسم الكتابة لمواقع الانترنت "web style of writing" إلى نمطين رئيسيين ويستخدمان بأشكال مختلفة

أولاً: النمط الغامض المسهب :

وهو الذى يحتاج فيه القارئ إلى متابعة كل كلمة فى العبارة حتى يستطيع فهمها، كهذه الطريقة فى التعبير عن خطوات إنشاء موقع على الانترنت:

٢- النمط الموجز الواقعى:

وفى هذا النموذج يتم تحويل التعبيرات اللفظية المركبة إلى خطوات مرتبة ومحددة كالآتى:

"تتضمن عملية إنشاء موقع الخطوات التالية:

١- تعريف الموقع وتحديد ميزانيته.

٢- توافر المعلومات التخطيطية.

٣- تصميم الموقع.

٤- تماسك بنية الموقع.

٥- تسويق الموقع.

٦- متابعة الموقع وتقييمه..

وإلى جانب هاذين النموذجين توجد بعض الاعتبارات المهمة فى عملية الكتابة لمواقع الانترنت وهذا الاعتبارات هى:

١- ضرورة استخدام الكلمات بشكل مقتصد ومرشد، (Be frugal) والتأكد من أن النص الذى تتم كتابته يهم القارئ فى شئ ما.

٢- التوجه نحو الهدف، (stick of the point) ويقصد بذلك أن تكتب جملاً سهلة الفهم، وتستعمل العناوين بإتقان بحيث تستطيع جذب القراء.

٣- ضرورة أن يشعر الزائر بخصوصيته، (cultivate a voice) حيث يرحب القراء بتقديرك لشخصياتهم وهو أمر مهم فى ظل منافسة قوية من مصادر المعلومات الأخرى يتم التمييز من خلال الأصوات الفردية.

٤- أن يتم توجيه الخطاب برؤية عالمية الأفق، حيث أن التصميم يعرض على شبكة يتواصل معها كل العالم وليس كل ما تعبر عنه يمكن أن يفهمه الجميع.

وهناك سمات أخرى تميز الكتابة للانترنت هي:

١- أن الكتابة لموقع الانترنت متاحة لأى شخص فى العالم، وكل إنسان يستطيع أن يكون (online writer)، ليست هناك حاجة أن تمتلك صحيفة أو تكون لك علاقة برؤساء التحرير، تستطيع المشاركة bullet in boards وأيضاً فى التعليق على مقالات رئيس التحرير، ويمكن أن تتحول إلى ناشر صحفى بمجرد إطلاقك لموقع على الانترنت.

٢- ليست هناك توقيتات نهائية (Deadlines) لتقديم المادة الصحفية، فالكتابة والنشر يحدثان بشكل مباشر وفورى وهو ما يجعل متابعة تطورات أى قضية جارية أمراً سهلاً للغاية.

٣- لن يضطر الصحفى مجبراً على اختصار مقالات لتتناسب و مساحات معينة.

٤- تستطيع من خلال البرامج الإحصائية (cookies)أن تعرف كم إنساناً يقرأون مقالاتك وكم من الوقت يقضون فى تصفح موقعك وماهو المسار الذى اتبعوه أثناء تجولهم فى الموقع.

٥- لم تعد هناك حاجة لأن يتخصص الصحفى فى الكتابة فقط، بل أن وظيفته داخل الموقع أصبحت أكثر شمولية وتعددت مهام المحررين لتشمل الإذاعة وصناعة الأفلام وتقديم البرامج وتحميل المواد الإعلامية على الموقع إلى جانب وظيفتهم التقليدية فى كتابة المواد الصحفية.

الفصل الخامس

تحرير الصحف الإلكترونية وإخراجها

الفصل الخامس

تحـرير الصـحف الإلكـترونية وإخـراجها

تحرير الصحف الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال

أولاً: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تتميز وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا بعـدة سمـات ألقت بظلالها، وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة، من أبـرزها:

١. التفاعلية:

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكـون فيهـا للمشـاركين في عمليـة الاتصـال تأثير على أدوار الآخـرين، وباسـتطاعتهم تبادلهـا، ويطلـق عـلى ممارسـتهم الممارسـة المتبادلة أو التفاعلية، وهي سلسلة مـن الأفعـال الاتصـالية التـي يسـتطيع الفـرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال اتصالية، وفيها يطلق على القـائمين بالاتصـال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر, وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصـال، مثل: الممارسة الثنائية, أو التبادل, أو التحكم.

٢. اللاجماهيرية :

يقصد بها: أن الرسالة الاتصالية من الممكـن أن تتوجـه إلى فـرد واحـد أو إلى جماعة معينة, وليس إلى جماهير ضـخمة كـما كـان في المـاضي, وتعنـى أيضـاً درجـة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشـرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

٣. اللاتزامنيةِ:

تعنى إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسـب للفـرد المسـتخدم، ولا تتطلـب من كـل المشـاركين اسـتخدام النظـام في الوقـت نفسـه, فمـثلاً: في نظـام

البـريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشـرة من منتج الرسالة إلى مسـتقبلها في أي وقـت دون حاجه لتواجد المستقبل للرسالة.

٤. **قابلية التحرك أو الحركية:**

توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل: الهـاتف النقـال, أو هـاتف السـيارة أو الطـائرة, أو الهـاتف المدمج في ساعة اليد, أو جهاز فيديو يوضع في الجيب, أو جهـاز فاكسـيميلي يوضـع في السـيارة, أو حاسب آلي محمول مزود بطابعة.

٥. **قابلية التحويل:**

يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسـيط لآخـر, مثـل التقنيات التي

يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

٦. **قابلية التوصيل:**

تعنى إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبـرى مـن أجهـزة أخـرى بغـض النظر عن الشـركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

٧. **الشيوع والانتشار:**

يقصد به الانتشار المنهجي لنظـام وسـائل الاتصـال حـول العـالم وفي داخـل كـل طبقة من طبقات المجتمع, وكل وسـيلة تظهر تبدو في البداية أنهـا تـرف ثـم تتحـول إلى ضرورة, وكلما زاد عـدد الأجهـزة المسـتخدمة زادت قيمـة النظـام لكـل الأطـراف المعنية.

٨. **الكونية:**

إن البيئة الأساسـية الجديـدة لوسـائل الاتصـال هـي بيئـة عالميـة دوليـة, حتـى تسـتطيع المعلومـة أن تتبـع المسـارات المعقـدة إلكترونيـاً, إلى جانـب تتبعهـا مسـار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

يتضح مما سبق وجود سمات متعددة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يستفيد منها المحرر الصحفي الإلكتروني، حيث تتفاعل المصادر من خلالها مع المشاركين، ويتبادل المعلومات، التي قد تكون عند التيقن من مصداقيتها مصدراً للمادة الصحفية، كما أن تكنولوجيا الاتصال مكنت المحرر الصحفي من إرسال الرسالة إلى المستقبل في أي وقت، وفي أماكن متنوعة، وأتاحت تلك الوسائل للمحرر الصحفي الإلكتروني نقل المعلومات التي يتلقاها إلى أطراف أخرى، وأتاحت له توصيل الأجهزة التي يستخدمها بأنواع أخرى من الأجهزة، ومما يساعد المحرر على ذلك انتشار هذه الوسائل.

ثانياً: وظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني

توجد مجموعة وظائف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، هي:

١. **وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً:** من بين وسائل تحقيق هذه الوظيفة الحاسبات الإلكترونية، وقواعد المعلومات، والإنترنت والتصوير الإلكتروني، والتصوير الرقمي الإلكتروني، والأقمار الاصطناعية، والماسحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية.

٢. **وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً:** من بين الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتحقيقها الحاسب الإلكتروني، والنشر الإلكتروني، سواء كانت تلك المعلومات مادة مقروءة، أو مصورة، أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.

٣. **وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها:** تستخدم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات الصحفية الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها, وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.

٤. **وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية:** تستخدم فيها الوسائل الإلكترونية مثل: الفاكس، والأقمار الاصطناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية, والشبكات الرقمية, وشبكات الألياف والكابل.

وظيفة عرض المواد الصحفية: تستخدم عدة وسائل لإنجازها، مثل: الحاسب الإلكتروني, والأجهزة الرقمية الشخصية.

٥. **وظيفة التحرير الإلكتروني:** تتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة، والمعالجة، والتحرير الإلكتروني, وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء، إلى جانب وجود برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الإلكترونية الأمر الذي جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج.

تعكس الوظائف السابقة مدى الدور الذي تقوم به الوسائل التي أوجدها التطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي المتنوعة، وهو ما يؤكد شمولية تلك الوسائل لجميع العمليات، من: تغطية، ونقل، ومعالجة، وتوزيع، وحفظ، واسترجاع، تظهر براعة المحرر الصحفي في القدرة على توظيف الوسائل التي جاءت نتيجة للتطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي.

ثالثاً: مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي

أسهمت استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي في تحقيق السرعة، والدقة، والمرونة، وتقليل عدد العاملين في الصحف الإلكترونية، ويمكن الوقوف على فوائد التحرير الصحفي باستخدام الوسائل والأدوات التي أوجدها التطور التكنولوجي على النحو الآتي

١.تقليل التكلفة: يقوم المحرر الصحفي الإلكتروني بإجراء التعديلات التحريرية التي يرغب فيها على شاشة الحاسب الآلي، باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص، التي توفر إمكانية التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها.

٢.الحصول على نسخة محررة نظيفة خالية من الشطب باستخدام الحاسب الآلي، بعد كل تعديل أو تغيير في المادة الصحفية، مع العلم أن المادة الصحفية المحذوفة ربما تترك في الحاسب الآلي حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة.

٣.تراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما يسهل عمل المراجعين، إلى جانب تراجع احتمالات الأخطاء المتعلقة بالأسماء والأماكن والبيانات الأرشيفية، لسهولة التأكد من صحتها إلكترونياً.

٤.السرعة في إنجاز العمل الناتجة عن السرعة في الجمع، والسهولة في الاستدعاء والعرض مما يتيح نتيجة أفضل لزمن التخزين خاصة للعناوين والنسخ التي تأتي متأخرة.

٥.الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي، حيث إنه عند الانتهاء من الموضوع الصحفي في شكله النهائي يمكن إرسال نسخة منه في الملف الخاص بها بصورة مباشرة إلى أرشيف الصحيفة.

٦.القدرة علي رصد وتتبع المواد التحريرية والصور بدءاً من لحظة ظهورها على النظام، وانتهاء بنشرها، أو نقلها للأرشيف، أو تحميلها على موقع الصحيفة الإلكترونية على الإنترنت, وتضمن عملية الرصد والتتبع عرض جميع المعلومات التفصيلية للمادة أو الصور أو الإعلانات في كل مرحلة من مراحل الإعداد والتنفيذ، ورصد جميع من تعاملوا معها وما قاموا به من إضافات أو تعديلات وأوقات التعديل.

رابعاً: استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت

أصبحت شبكة الإنترنت النافذة التي يواجه من خلالها المحرر الصحفي الإلكتروني العالم على اتساعه، وغدت شبكة الإنترنت بكل المقاييس ساحة ثقافية، ووسيطاً إعلامياً جديداً، ومجالاً للرأي العام، وتعتبر خدمة الإنترنت من أحدث التطورات التكنولوجية في حقل الإعلام، وقد بدأت الكثير من الصحف بالاشتراك فيها؛ من أجل أن تشمل مطبوعاتها على الشبكة، أو الحصول على خدماتها، والاستفادة من نظم أرشفة البيانات فيها.

سبل استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت:

تتعدد سبل استفادة المحررين الصحفيين من شبكة الإنترنت، ومنها السبل الآتية:

- الحصول على عدد كبير ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة، وبلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة.
- الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد .
- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.
- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية، والتعرف على أرائهم وأفكارهم، وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم المحرر الصحفي.
- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيف العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات، والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.
- تطوير مهارات المحررين الصحفيين الإلكترونيين، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات، وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية، واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية .
- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للمحرر الصحفي، يضم موضوعاته الصحفية ومواعيده، وعناوينه الخاصة، واهتماماته، وكتبه وقراءاته، حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك .

- الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسئولين .

- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة، مثل: أرقام الهواتف، والعناوين، والبريد الإلكتروني للمصادر الصحفية، وحفظها بطريقة تساعد المحرر الصحفي الإلكتروني على الاستفادة المثلى من البيانات المتبادلة، وتوثيقها، وتصنيفها.

- الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهارات ومعارفه المحرر الصحفي.

- استفادة المحرر الصحفي من القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوفرة على الإنترنت، التي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليها.

- تطوير المحرر الصحفي وسائل جمع المادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، حيث يمكنه عقد مؤتمرات صحفية عن بعد، والاتصال بالمصادر عبر البريد الإلكتروني، وعقد نقاشات جماعية، والاطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي، وعلى أفكار موضوعات صحفية مختلفة، والبحث عن زوايا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.

- استخدام المحرر الصحفي الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية، مثل: التغطية باستخدام الحاسوب، التي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد ضخمة للمعلومات بشكل إلكتروني عبر جهازه الخاص، وتحليلها، والكتابة عنها .

- استخدام المحرر الصحفي البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية، وتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، والاشتراك في القوائم البريدية .

- إرسال واستقبال المحرر الصحفي المواد الصحفية من وإلى صحيفته، ومصادره من أي مكان وفي أي وقت وبدون تكلفة، مما يساعده على الاستفادة من البيانات المتبادلة وتوثيقها و تصنيفها.

تحرير الصحف الإلكترونية

تستهدف الورقة البحثية في هذا المطلب التعرف على تحرير الصحف الإلكترونية، من خلال الوقوف على التحرير الصحفي الإلكتروني، ومراحل إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية، وقواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية، والاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية، إلى جانب التعرف على الكتابة للصحف الإلكترونية، ومبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني، وأدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية، ومهاراته، وضوابطه.

توجد اختلافات بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، حيث إن الصحيفة الإلكترونية حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، مما يسمح لها بمزيد من التغطية، إلى جانب أن القارئ يستطيع أن يبحث في أرشيف الصحيفة الإلكترونية عن المقالات ذات الصلة، ويمكن أن تمد القارئ بخلفية عن أحداث اليوم، إضافة إلى أنه توجد في الصحيفة الإلكترونية معلومات لا تظهر في الصحيفة المطبوعة وتكون ملائمة بشكل أكبر للمنتج الإلكتروني.

تستخدم العديد من الصحف الإلكترونية الموقع الإلكتروني لإنتاج المضمون المنشور في الصحيفة المطبوعة المرتبطة بالموقع، بينما تستفيد بعض الصحف الإلكترونية من بعض معالم الإنترنت، مثل: التحديث المتكرر، ووصلات النص الفائق المتضمنة داخل القصص الإخبارية، ومعالم الوسائط المتعددة أكثر من الصور الفوتوغرافية، ومعالم التفاعلية، مثل: عناوين البريد الإلكتروني، ومحركات البحث، إلى جانب أنه يوجد تفاوت في الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات بسبب مستوى الانقرائية، حيث تتمتع أخبار الإنترنت برصيد أعلى للانقرائية مقارنة بمصادر الأخبار المطبوع.

يقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية، ويعنى بالتحرير الإلكتروني:" العملية التي تتم على إحدى شاشات الحاسوب، بينما يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب

وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب.

مما سبق نخلص إلى أن المفهوم الأكثر تركيباً للتحرير الإلكتروني تتجاوز فيه المسألة الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترتبط الوصلات الطرفية أمام المحررين الموجودين في صالة التحرير بشبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيس عن العدد الصادر من الصحيفة.

أدت الظروف السابقة إلى ظهور أدوار جديدة في عمل المحرر الصحفي تتمثل في قيام المحرر بجمع المادة التي يحررها من خلال شاشات الحاسوب ولوحة المفاتيح الملحقة بها، وتنفيذ بعض الإجراءات التيبوغرافية عليها؛ مما يتطلب منه اكتساب مهارات جديدة أهمها التعامل مع الحاسبات الإلكترونية، إلى جانب معرفته بالإخراج؛ ويرجع ذلك لقيامه ببعض وظائف المخرج في تحديد أبناط وخطوط المادة الصحفية التي يقوم بجمعها وتحريرها.

وأرى أن التحرير الصحفي الإلكتروني يقصد به استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات تكنولوجية تحقق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة خصوصاً في حالة استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي، أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو بالإضافة، أو النقل على الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية.

مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية:

يمر إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية بعدة مراحل، وهي مبينة على النحو الآتي:

١. التخطيط

تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر الأساسية التي ستتضمنها، وتعتمد الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكون من الكاتب، والمحرر، وفريق فني يضم متخصص في الوسائط

المتعددة، حيث يناط بالكاتب وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة، أما فني الوسائط المتعددة فيسند إليه تحديد شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم.

وفيما يتعلق بالمحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية فيتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها من ناحية، وربطها بالمواقع الخارجية أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية ثانية إذا تطلب الأمر.

الاعتبارات التي يجب أخذها بعين الاعتبار في هذه المرحلة:

❖ هل يجب ربط خلفية القصة بمواقع أو مصادر معلومات خارجية ؟

❖ هل يجب تقديم خلفية القصة أو ما يرتبط بها في صورة جدول يوضح التطور الزمني للأحداث أو استخدام شكل آخر من العناصر الجرافيكية بديلا عن المادة النصية ؟

❖ هل يجب الاستعانة بمواد ووسائط إعلامية متعددة ؟

❖ هل تتضمن القصة أسئلة النقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المستخدم ؟

❖ ما طبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة، مثل: الخرائط، أو الصور، أو الرسوم.

❖ من يبدأ عمله في مرحلة التخطيط أولاً، المحرر الصحفي الإلكتروني، أم المصمم ، أم المتخصص في الوسائط المتعددة؟

٢. جمع المعلومات

يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، هي:

❖ المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار، والتكثيف.

❖ المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.

❖ مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولا بأول.

٣. تنظيم المعلومات:

تظهر أهمية تنظيم المعلومات في الصحافة الإلكترونية في ضوء استخدام الوسائط المتعددة، خاصة أن المستخدم يمكنه الرجوع إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعد هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني أن يراعي فيها ثلاثة عوامل رئيسة، هي:

❖ تحديد العناصر الأساسية داخل القصة التي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء.

❖ بناء القصة بشكل ينقل ويبرز العناصر بأكبر فعالية ممكنة.

❖ عرض القصة بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن.

يمكن في الصحيفة الإلكترونية تنظيم وتحديد العلاقات بين وحدات هيكل المعلومات في شكل قالب غير خطي يناسب المادة الإلكترونية.

قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية:

يمكن الوقوف على تصورين يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الإليكترونية:

التصور الأول: الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم

قدم هذا التصور الجديد للتحرير الصحفي معهد بوينتر، وهو يشير إلى الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم باعتبارها ضرورة لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وينطلق هذا التصور من أنه كلما زادت درجة التكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة.

تعتمد الكتابة الصحفية للصحيفة الإلكترونية على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل المحرر، وفني الوسائط المتعددة، والمصمم ، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة استخدام الهايبرتكست أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة، وتعتمد على تجميع أكثر من عمل، و ابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولاً و تكاملاً.

التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية

يقتضي هذا المفهوم من المحرر الصحفي الإلكتروني مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير، ومهارة ربط هذه العناصر، والجمع بينهما لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي.

يشتمل تحرير المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية على أكثر من بعد، هي: هيكل بناء المعلومات، وقالب تحرير المادة، وطريقة العرض، واستخدام وسائط متعددة، والفن الصحفي.

ثالثاً: الاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية

تبـرز أهمية لتوعية المحررين الصحفيين بالاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية خاصة في ظل نمو تلك الصحف، ومن أبـرز هذه الاعتبارات:

١- تحرير المادة الصحفية طبقاً مفهوم النص الفائق:

يتصل النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصـرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة".

متطلبات المعالجة التحريرية للمادة الصحفية وفقاً لمفهوم النص الفائق:

تتطلب المعالجة التحريرية للمادة الصحفية التي تعرض من خلال صحيفة الكترونية طبقاً

لمفهوم النص الفائق مراعاة مجموعة من المتطلبات، يمكن الوقوف عليها على النحو الآتي:

أ- ضرورة الاعتماد على مادة معلوماتية متميزة على المستويين الكمي والكيفي، حيث إن المحرر مطالب أن يغذى موضوعه بأكبـر قدر من المعلومات التي تغطى جميع جوانب الموضوع الآنية، والخلفيات المعلوماتية المتعلقة بالأشخاص والأحداث والأماكن والمفاهيم والأفكار التي وردت في الموضوع، وتكمن أهمية ذلك في أن المحرر داخل الصحيفة الالكترونية يتعامل مـع نص مفتوح على مجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المرتبطة به، والتي قد تعطى تفاصيل معلوماتية إضافية، ولكنها لابد أن تكون موجودة وقائمة.

ب- إن مسئولية المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية لا تنتهي بمجرد كتابة الخبـر، بل إن مسئوليته الحقيقية تبدأ عند هذا الحد، وتتمثل هذه المسئولية في تحليل

الخبـر لرصد مجموعة الكلمات التي يمكن أن يتعامل معها ككلمات نشطة، وقد تدل هذه الكلمات على الأماكن التي ترد في المادة الصحفية، أو على الأسماء، أو على الأشخاص، أو على أحداث تاريخية، أو على مفاهيم، أو على اتفاقيات.

ت- أن يتعامل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مع المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الشبكة، فالصحيفة الإلكترونية توضع على شبكة الإنترنت، التي توجد عليها أعداد لا متناهية من المواقع، ومن الممكن أن يستفيد المحرر الصحفي بصورة مباشـرة عند إعداد المادة من المعلومات المتوافرة

على هذه المواقع، ومن الأهمية بمكان أن يلتزم المحرر بمعالجة المعلومات بالشكل الذي يناسب القارئ الذي يتوجه إليه، والطريقة الأفضل والأيسـر للاستفادة من المعلومات الموجودة على مواقع هذه الشبكة أن يقوم المحرر بـربط القارئ بها مباشـر، بحيث تشكل هذه المعلومات امتداداً لما هو موجود على النص الأصلي تماشياً مع فكرة النص الفائق.

مما سبق يتضح أن فكرة النص الفائق تعتمد على أن أي معلومة عادة ما يرتبط بها عدد آخر من المعلومات، فعندما يجري تناول معلومة جديدة يتم ربطها بمعلومات مألوفة لدى القارئ.

وأعتقد أن النص الفائق يتجه إلى التجاوب مع طريقة الإنسان في التفكير والتعامل مع أي نص يحمل معلومـات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه، فيوجه النص الفائق القارئ إلى الدخول في معلومات جديدة وهو ما يتطلب من المحرر الصحفي القيام بعملية تحليل للنص.

٢ - تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة

يشير مفهوم الوسائط الفائقـة إلى نظـام يـوفر للمحـرر فرصـة التعبـير عـن المعلومات بأشكال مختلفـة، تشـمل: الـنص، والصـوت، والصـورة، وتتميـز الوسـائط الفائقة بالتفاعلية، حيث إن القارئ يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد من المعلومات.

يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسائط المتعددة، حيث إن الوسائط المتعددة تعنى وجود أسطوانة مدمجة وكارت صوت وكارت فيديو على جهاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الإفادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية، والوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً من منتجاتها تصمم لكي تحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقي، وقد يوجه بعضها إلى المتلقي، بينما تقتضي الوسائط الفائقة دائماً المشاركة من جانب المتلقي.

أوجدت هذه الخاصية تحولاً هاماً يتعلق بعمل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية، حيث إن المحرر في الصحيفة الالكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى النصوص الحرفية والصور الثابتة على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

نخلص مما سبق إلى أنه يتعين على المحرر الصحفي أن يلم بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التي يقوم بإعدادها للقارئ بالوسيط المناسب لها.

٣ - تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ :

تتوافر المعلومات الموجودة على الصحف الإلكترونية في وسائل الإعلام التقليدية المختلفة بشكل لا يسمح للمستخدم ببناء البيئة المعلوماتية الخاصة به إلا في حدود ضيقة، إلا أن الصحيفة الإلكترونية تتيح اختيار المواد الصحفية التي تفي باهتمامات واحتياجات المستخدم.

تعد عملية الاختيار بين المعلومات أحد أهداف المتلقي، فالمفتاح الأساسي للقارئ في الصحيفة الإلكترونية يتضح في فهرس كامل وشامل للمادة الصحفية المتضمنة بها، من هنا لابد أن يأخذ المحرر في الاعتبار ضرورة عرض موضوعاته الصحفية بأسلوب يختلف عن أسلوب العرض والتصميم الخاص بالصحف المطبوعة؛ حيث يعد الموضوع في الصحيفة الإلكترونية هو الوحدة الأساسية في تقديم المعلومات، ولكي يتوافق المحرر مع هذه الوضعية فلابد أن يقدم معلوماته بشكل

مفهرس، مع الأخذ في الاعتبار أن العناوين -هنا- إشارية مختصرة وليست دالة تفصيلية على أساس أن مستخدم الصحيفة الالكترونية يستعمل المعلومات المتوافرة عليها بشكل هادف يخضع لتفسيرات مدخل التماس المعلومات.

نستنتج مما سبق أن الصحافة الإلكترونية أتاحت سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلال تعدد الروابط والنصوص التشعبية التي تنقل القارئ من موضوع لآخر بكل سهولة، وتمكن من التعرف على خلفيات الأحداث التي تتوفر فيها، كما حققت للقارئ يسر التعرض للصحف والمواقع الإلكترونية من خلال دعم المضامين المقدمة بعدد من الوسائط المتعددة، بحيث أصبحت بيئة للعديد من الوسائط المرئية والمسموعة.

رابعاً: الكتابة للصحف الإلكترونية

تعد الكتابة للصحافة الإلكترونية مزيجاً من الكتابة للصحافة المطبوعة والكتابة للإذاعة والتلفزيون، حيث إن أسلوب الكتابة الموجزة البسيطة الذي يفضله الإذاعيون، يسهل بدوره قراءة واستيعاب الصحافة الإلكترونية، ومن الأهمية بمكان استخدام القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ومراعاة القواعد اللغوية والتهجئة، إلى جانب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يشجع القارئ على متابعة القراءة، وتتيح الصحافة الإلكترونية للقراء أن يستجيبوا للكاتب أو المحرر مباشرة عن طريق الرسائل الإلكترونية، أو عن طريق محادثة حية، إضافة إلى ما تتيحه المواقع الإلكترونية من مساحة للقراء ليعبروا عن آرائهم فيما قرأوه.

لا يمكن الحديث عن الكتابة للصحف الإلكترونية وإغفال السياسة التحريرية، التي تحدد مجموعة الإجراءات والضوابط التي تحدد ماذا يقال؟ وكيف يقال؟.

تتعلق السياسة التحريرية بانتقاء المادة المطلوب تحريرها وطريقة تناولها، وأسلوب عرضها، ثم بثها على الموقع، وتتنوع محاور السياسة التحريرية بين مساحة التركيز والاهتمام المتعلقة بالمفاهيم، وتسليط الضوء على المساحات والقضايا، ويتم التأكيد على القضايا محور الاهتمام، والتركيز عليها، وإعطائها الأولوية للنشر،

وتحديد قاموس الصياغات الخاصة الذي يتضمن الألفاظ المعتمدة، حيث إنه لكل صحيفة قاموسها المعرفي الخاص بها، ويعد هذا القاموس بصورة تراكمية، ويعتمد من قبل مجلس التحرير، والهيئة الاستشارية، ويعمم على المحررين، والعاملين في المؤسسة، كما يتم وضع جملة من السياسات والمنطلقات والضوابط التحريرية التي يتعين على إدارة الموقع تحديد مثل هذه الضوابط القيمية والفكرية والعلمية، لتحديد طبيعة المواد المنشورة على الموقع، إلى

جانب وضع المعايير التحريرية في انتقاء المادة الصالحة للنشر، حيث يتوفر أمام المحرر عدد من الموضوعات والمواد الصالحة للنشر، ولكن قد تخضع هذه المواد للانتقاء وفقاً لأسباب فنية ربما تتعلق بالوقت أو بالموارد البشرية التي تقوم بمجمل العمليات المطلوبة للبث على الموقع أو لمحدودية الموارد المالية.

تقتضي الصحافة الإلكترونية توفر مهارات إعلامية جديدة تتفق وخصائص الصحيفة الإلكترونية، التي تعتمد بالدرجة الأولى على الاختصار والدقة والسرعة، وهي بذلك تلتقي مع الكتابة لوكالات الأنباء، ويتطلب العمل في الصحف الإلكترونية تأهيل عالي مقارنة بالصحافة المطبوعة، وذلك من حيث إتقان فن التعامل مع تكنولوجيا الاتصال.

تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانية استخدام الوسائط المتعددة، حيث يمكن للمحرر الصحفي التعبير عن مضمون الموضوع بأكثر من طريقة، مما يتطلب منه أن يتعلم مهارات جديدة في العمل الإلكتروني، إلى جانب الإلمام بالقوالب التحريرية الجديدة التي يستخدمها المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية والتي تختلف عن الصحيفة المطبوعة.

خامساً: التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت

أحدثت الصحافة نقلة في نوعية الصحافة، وفي سرعة تناقل الخبر، وصياغته، وشكله وطريقة تحريره، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال:

- التركز والاختصار: وهما سمتان تميزان التحرير الصحفي الإلكتروني.

- ضرورة وجود الصور الموضوعية بعيداً عن الصور الشخصية.

- استخدام الجمل القصيرة في الصياغة؛ لأن قارئ الإنترنت متعجل، ويريد أن ينتهي من القراءة بسرعة، ولا يوجد لديه وقت لقراءة الجمل الطويلة.

- طريقة عرض التفاصيل: لا تعني هذه الخاصية الاختصار والتركيز، لأن الخبر على الإنترنت يَعطي تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقات بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ويتحقق ذلك على الإنترنت من خلال الروابط التي توضع أسفل الخبر، والتي يفتتحها من يرغب في الاستزادة من المعلومات.

- يتيح الإنترنت إمكانية وضع صورة واحدة معبرة، ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل يمكن لمن يريد أن يقوم بزيارته.

- إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية.

- يتميز التحرير على الإنترنت بوجود رد فعل سريع وفوري للقارئ يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب التعليق، وأن ينشر في ذات اللحظة أسفل الخبر أو المقال؛ مما يتيح ميزة عالية لنشر الخبر إلكترونياً.

- يتيح الإنترنت إمكانية عمل مقاييس لعدد القراء لكل موضوع على حدة، حيث يمكن للكاتب الصحفي أن يتعرف على اتجاهات وتفضيلات القراء، وتستفيد الصحيفة الإلكترونية من ذلك في تعديل اتجاهاتها لتلاءم قرائها.

- قياس الرأي العام وتحليله في عدد من القضايا الهامة من خلال الاستطلاعات الإلكترونية التي تقوم بها الصحف الإلكترونية.

سادساً: مبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني

تبدو عملية التحرير الصحفي الإلكتروني أكثر تعقيداً من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، بحيث يتعين على المحرر الصحفي أن يأخذ في اعتباره مستويات متعددة يتعامل معها جميعاً في ذات الوقت، ومنها: تطبيقات الوسائط المتعددة، وهيكل الموضوع، وملامح التفاعلية فيه، ومراعاة بعض القيم.

توجد مجموعة من المبادئ التي تتسم بها عملية التحرير الصحفي الإلكتروني، ومنها:

١. **الوضوح:** وذلك استجابة لطبيعة الإنترنت القائمة على السرعة، وتعدد الخيارات، وتتأكد أهمية الوضوح في المضمون للمحرر لعدم توفر الوقت الكافي للقراء لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تتسم بالطول والتعقيد.

٢. **الاتساق:** يقصد به أن تكون عناصر الموضوع متناسقة.

٣. **الدقة:** يعنى بها دقة النصوص، حيث إن الأخبار الجادة والمعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت.

٤. **الكفاية والتناسب:** بمعنى كفاية وتناسب المعلومات مع المبادئ والممارسة التحريرية.

٥. **التشبيد:** حيث يسمح للمحرر بصياغة عناصر جديدة انطلاقاً من العناصر الموجودة، مستخدماً

قدرة الحاسوب على تشبيد أي وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات أو إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

نخلص مما سبق إلى أن التزام المحرر الصحفي الإلكتروني بهذه المبادئ يعزز كفاءته الصحفية التي تجمع بين السرعة، والشمول، والاتساق، والكشف عن الجديد والنقل عن المصادر الدقيقة، إضافة إلى أن هذه المبادئ ترفع درجة الثراء في المادة الصحفية، خاصة عند ربطها بمواد مرئية ومسموعة ووسائل تفاعلية.

سابعاً: أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية

١. الروابط أو الإحالات:

إن التواصل المعلوماتي في الصحافة الإلكترونية لا يكلف سوى الضغط بالفأرة على الروابط ذات الصلة للتعرف على المصادر أو المزيد من الموضوعات التي تشكل إضافة معلوماتية على مادة المقال المنشورة، **وتأخذ هذه الروابط أكثر من صورة، فقد تكون:**

١/١ روابط ذات صلة " خارج الموضوع"

تكون هذه الروابط في نهاية الموضوع على شكل "اقرأ أيضاً"، ومن مميزات هذه الطريقة: أنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته ومتابعته للموضوع، وبعد أن يفرغ من القراءة يمكنه أن يستزيد من المعلومات، ويتعرف على موضوعات، قد تكون مصدراً للمعلومات المذكورة أو امتداداً لها.

ومن العيوب النسبية التي تؤخذ على هذا الأسلوب عدم الربط المباشر بين الموضوع المحال إليه والفقرة ذات الصلة داخل المقال أو الموضوع المقروء.

١/٢ روابط ذات صلة داخل السياق:

يتم وضع الموضوعات ذات الصلة داخل سياق الموضوع وعند الفقرة التي ترتبط دلالتها بالموضوع المحال إليها، ومن العيوب التي تؤخذ على هذه الطريقة أنها تقوم بتشتيت القارئ عن الاسترسال في قراءة موضوعه متكاملاً، ليجد نفسه في كل فقرة محالاً إلى موضوع آخر، وهذا ما يجعل القارئ ينصرف في الغالب عن الاسترسال في قراءة الموضوع.

١/٣ روابط بمواقع ذات صلة:

تناسب هذه الطريقة في الإحالة إلى مواقع الإنترنت التي تعد مصادر للمقال أو الموضوع المقروء، وتفيد عندما يتم الإحالة إلى مواقع متخصصة عن المجال الذي ينتمي إليه المقال المقروء، وهي تضيف مزيداً من المعلومات في ذات المجال أو التخصص الذي ينتمي إليه الموضوع المنشور.

٢. إمكانية استخدام الصوت والصورة:

تتيح عملية النشر الإلكتروني إمكانية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، حيث يمكن أن يتداخل النص مع الصوت أو الصورة بحيث يكون كل منهما إضافة للآخر، كما أن استخدام الصحيفة الإلكترونية يمكن القارئ من انتقاء المادة التي يريد التعرض لها، إلى جانب إمكانية استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها.

تأخذ عملية دمج الصوت والصورة مع النص المقروء عدداً من الأشكال منها:

٢/١ طريقة الروابط الجانبية أو التحتية:

تتميز هذه الطريقة بأنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته للنص، وتترك له حرية التعامل مع الصوت والصورة في الوقت المناسب، أو الاكتفاء بالنص المكتوب، ويعيب هذه الطريقة أن النص يكون متكاملاً وكافياً في أغلب الأحوال لتحقيق الهدف من الموضوع.

٢/٢ الصوت المتلاحم مع النص:

يتحقق ذلك من خلال النقر على الصوت في سياق النص المقروء، وتتميز هذه الطريقة بتلاحم النص مع الصوت أو الصورة المتحركة، شريطة أن يشكل الصوت أو الصورة قيمة مضافة إلى النص المقروء، ولا تكون تكراراً لمحتوى المادة المقروءة، وهذه الطريقة هي الأنسب في تغطية الندوات والمؤتمرات، حيث لا يتم نقل نصوص الكلام عن المتحدثين في الندوة أو المؤتمر، وإنما سرد أهم القضايا التي تناولها كل واحد منهم.

٢/٣ الصوت في خلفية النص:

يتم بموجب هذه الطريقة وضع الصوت مع النص بمجرد فتح الصفحة، ويفضل استعمال الصوت في هذه الطريقة في حالات محددة، مثل: وقوع انفجار في منطقة ما، ويفضل في هذه الطريقة أن يكون هناك مؤشر على الصفحة أسفل الصوت، بما يتيح للقارئ إغلاق الصوت إذا رغب في ذلك؛ وذلك حتى لا يتم اقتحام خصوصية الزائرين، ويتم فرض مادة عليهم لا يرغبون فيها، وهو ما يميز الإنترنت

عن الفضائيات التي تفرض عليه المادة وفقاً لجدول بثها وليس وفقاً لاحتياجات الزائر.

٣. الإحالة إلى ساحات الحوار:

تشكل إمكانية ربط قارئ الصفحة بساحة الحوار قيمة خاصة تفتقدها وسائل الاتصال الأخرى، حيث إنه ليس كل ما ينشر محل قبول من القارئ، وينطلق ذلك من كون القارئ في الصحافة الإلكترونية تتاح له إمكانية التعبير عن رأيه بصورة سريعة، فقد يعترض القارئ على الموضوع ككل، أو على المقال، أو على المنهجية التي أعد بناء عليها الموضوع، وعليه يقوم الناشر الإلكتروني بتفعيل الموضوع وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في الموقع.

نماذج عملية الربط بساحات الحوار:

٣/١ الربط بأكثر من ساحة حوار داخل الموقع نفسه:

تمنح هذه الطريقة أكثر من فرصة للتعبير عن قضية معينة من أكثر من زاوية، ويؤخذ عليها تشتيت القارئ بين أكثر من منتدى حول محاور تكون متقاربة.

٣/٢ الربط بساحة حوار متعددة:

تتيح هذه الطريقة للقارئ فرصة التفاعل في قضية تكون مطروحة بين زوار الموقع، ويتحقق ذلك من خلال الإحالة إلى الصفحة الرئيسة لساحة الحوار المتعددة التي تضم كافة القضايا وليس فقط القضية ذات الصلة بالموضوع محل القراءة، ويؤخذ على هذه الطريقة أنها لا تأخذ القارئ بصورة مركزة إلى الموضوع محل القراءة.

٣/٣عمل ساحات حوار بسيطة وغير متعددة:

تستخدم هذه الطريقة من خلال طرح قضية معينة، أو موضوعات محددة من الكاتب أو الصحيفة الإلكترونية، وإثارة التساؤلات حولها، وطرحها للتواصل والمشاركة من قبل القراء، وفي حال استخدام هذه الطريقة فإنه يتم تذييل الموضوع

بساحة حوار يتم فيها وضع خانة للاسم وبيانات المشارك، وتخصيص خانة أخرى لنص المشاركة.

٤. الأرشفة واستدعاء المعلومة:

تتحقق الأرشفة واستدعاء المعلومة بعدة طرق منها:

٤/١ أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة:

تتم هذه الطريقة من خلال إنشاء ملفات خاصة أو صفحات خاصة حول قضية محورية ومهمة، ويتم إضافة كل الموضوعات ذات الصلة التي يتم نشرها يومياً في موقع الصحيفة الإلكترونية، والإشارة إليه من خلال بانر يوضع على الصفحة الرئيسة أو الصفحات الداخلية.

٤/٢ أرشفة أبواب وصفحات الصحيفة الإلكترونية حسب التخصصات المختلفة:

تعد هذه الطريقة أكثر عمومية من سابقتها، حيث يتضمن أرشيف الصحيفة الإلكترونية الموضوعات التي يتم بثها ونشرها على الباب الخاص بها، ويتم عرض هذا الأرشيف إما بصورة جانبية أو أسفل الصفحة، وتقوم بعض المواقع بوضع عدد للموضوعات في هذا الأرشيف بحيث لا تزيد عن عدد معين.

يكون البحث بطريقتين، هما: البحث المبدئي، والبحث المتقدم، حيث إن الأخير يكون بعدة طرق، منها: حقل العنوان أو النص، وحقل نوع المادة، وحقل تصنيف الموضوع، وحقل الأبواب والصفحات المتخصصة، وحقل الكاتب، وحقل التاريخ، وحقل النطاق الجغرافي.

٥. قياس سريع لرجع الصدى:

تعد الصحافة الإلكترونية على الإنترنت من أكثر وسائل الإعلام قدرة على التعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة، وذلك من خلال عدة طرق، منها:

٥/١ سجلات الزائرين:

هي عبارة عن أيقونة يمكن من خلالها لأي زائر التعبير عن رأيه بصورة عامة في الموقع، ويظهر هذا الرأي على صفحات الموقع مباشرة، وتحرص الصحف الإلكترونية على تخصيص محرر يقوم بمتابعة سجل الزائرين والرد على الزوار، والتجاوب مع انتقاداتهم، وتصحيح الأخطاء إذا كانت موجودة.

٥/٢ الويب ماستر:

" هو عبارة عن بريد رئيس يمكن كل زائر أن يكتب رسالته، ويختلف عن سجل الزائرين في أن رسائل الويب ماستر لا تظهر على الموقع، ولكن يتم توزيعها فقط على فريق العمل".

٥/٣ استطلاعات الرأي:

تهدف استطلاعات الرأي إلى فتح آفاق جديدة أمام فريق العمل من المحررين؛ وذلك بغرض التعرف على زوايا الموضوع وطريقة المعالجة والانطباعات السابقة المتكونة لدى الجمهور حول هذه القضية، مما ينقل ردود فعل أكبر عدد ممكن من الزوار حولها.

٦. إعادة إنتاج المادة:

يعد المحررون في الصحيفة الإلكترونية موضوعات إعلامية توضع بعد إعدادها مباشرة على الموقع الإلكتروني، إلا أنه قد تتلاحق أحداث تستدعي تغطيتها من جميع الجوانب وبسرعة، ويظهر في هذا السياق دور قسم الأرشيف الذي يتولى بدوره تجميع الموضوعات التي سبق نشرها على الموقع بخصوص ذلك الحدث، ثم يتولى صياغة الإضافات الموسعة المتعلقة بالموضوع، ويمكن للمحرر في الصحافة الإلكترونية إعداد الملفات الخاصة السريعة بأكثر من طريقة، من بينها: الملفات التجميعية، والملفات التكوينية.

٧. إمكانية التعديل والتصحيح:

إن إمكانيـة التصـحيح والتعـديل في الصـحافة الإلكترونيـة ممكنـة وبـدون تكلفة، ويمكن اللجوء إلى هذه الطريقة في عدة مواضع منها:

٧/١ تطور الحدث:

يمكن للمحرر الصحفي أن يذكر الأرقام بصورة واضحة ومحـددة، وفي حالـة تطور الحدث أو تغير الأرقام الواردة فيه فإنه يتم التعديل في الخبـر بمـا يتفـق مـع المعلومات الجديدة.

٧/٢ تعديل الأخطاء:

يسمح التحرير الصـحفي الإلكـتروني بتعـديل الأخطـاء التـي يـتم اكتشـافها، ويتم التعـرف عـلى الأخطـاء مـن خـلال المحـرر، أو إدارة التحريـر، أو الـزوار الـذين يرسـلون رسـالة بـريدية عاجلـة للإرشـاد عـن بعـض الأخطـاء، ويراعـى في عمليـة التصويب والتصـحيح أن يـتم التعـديل وفقـاً للإجـراءات المعتـادة والمراحـل نفسـها، بالاتفاق مع المحرر، والمدقق اللغوي.

٨. تنوع أشكال العرض:

يوفر الإنترنت للصحيفة الإلكترونية وسـائل وبـدائل متعـددة لعـرض المـادة الإعلامية، وتتميز هذه البـدائل المطروحـة بأنهـا قابلـة للتجديـد والتطـوير، وإيجـاد الأفكار والأشكال الجديـدة، وتوجـد عـدة أشـكال مـن العـرض يمكـن أن تسـتخدمها الصحيفة الإلكترونية، مثل:

٨/١ بوب أب: يمثل نافذة صغيرة تأخذ أحجاماً متعـددة إلا أنـه يكـون أصـغر مـن صفحة الويب، وتظهر هذه النافذة عـلى موقـع الصـحيفة الإلكترونيـة، أو عـلى أحـد صفحاتها مباشـرة.

٨/٢ بوب أب قابل للنقر: ينقل هذا النـوع إلى ملـف أو صـفحة عـلى علاقـة بموقـع البوب أب، وتتضح مهمته في جذب الزائر إلى ملف أو صفحة، أو إحالته إلى صـفحة أو ملف داخل موقع الصحيفة الإلكترونية أو موقع آخر.

٨/٣ بوب أب غير قابل للنقر: لا يقود هذا النوع إلى صفحات أو مواقع أخرى، ويحمل الرسالة المطلوب توصيلها إلى الزائر، وهي غالباً ما تكون إعلاناً، أو تهنئة، أو استطلاع رأي.

٨/٤ فلاش: يظهر الفلاش غالباً في نافذة مستقلة يتم الدخول إليها بالنقر على عنوان أو صورة، ويظهر في عدة أشكال، هي: فلاش صور، وفلاش تفاعلي، وفلاش معلوماتي.

٨/٥ جالري: هو عبارة عن معرض صور يظهر في نافذة مستقلة عادة ما تكون أصغر من نافذة الويب، وفيه يتحكم الزائر في عملية الانتقال من صورة إلى أخرى، ويستخدم في حالة توفر مجموعة كبيرة من الصور المهمة ذات العلاقة بحدث مهم، ويتميز بسرعة التنفيذ وسهولة العرض.

يتبين في ضوء العرض السابق تنوع أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني المستخدمة مع الصحف الإلكترونية، وقد جاء هذا التنوع وليد التطور في أساليب الممارسة، وهذا ما يفسر تحقيق التميز بين الصحف في الفضاء الإلكتروني، فعلى سبيل المثال: من الأهمية بمكان أن تقرر الصحف الإلكترونية بأي شكل من الأشكال ستقدم رسالتها الإعلامية، حتى تحدد بدقة ما الوسائط التي ستستخدمها، إلى جانب إفساح المجال للقراء للاستجابة لما تنشره، ليمكنهم الاتصال بها.

ثامناً: مهارات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت

تتيح تقنية الوسائط الفائقة للصحيفة الإلكترونية امتلاك وسائل تعبيرية أكثر من نظيرتها الورقية، ففي الوقت الذي تعتمد فيه الصحيفة الورقية على المتن والعناوين والصور الثابتة، فإن الصحيفة الإلكترونية تعتمد بالإضافة إلى ذلك على الصوت والصور المتحركة وعرض الفيديو والموسيقى وغيرها، حيث إن قارئ الصحيفة الإلكترونية يتعرض لمعلومات يتم التعبير عنها بوسائط

متعددة، هي: الوسائط السمعية، والبصرية، والحركية، بما تمتلكه من مؤثرات وإمكانات تعبيرية كبيرة

يمكن الوقوف على مهارات التحرير الصحفي من خلال بيان الآتي:

١. تنمية الحس الصحفي لدى المحرر الصحفي الإلكتروني، بحيث يتمكن من اختيار القالب المناسب للموضوع الذي سيعرضه على الموقع الإلكتروني، وقد يتطلب منه ذلك تفكيراً عميقاً، ومن الأهمية

بمكان أن يفكر ويحدد المحرر الصحفي الإلكتروني مجموعة أمور، منها:

١/١مدى حاجة الموضوع إلى استخدام الصوت أو الفيديو.

١/٢مدى وجود ضرورة لأن يكون النص المكتوب هو العنصر الرئيس في الموضوع ويساعده الصوت والفيديو، أو العكس.

١/٣ هل من المناسب أن يعرض الموضوع في شكل فلاش معلوماتي أم فلاش تفاعلي، أم يكتفي بعرضه بصورة نصية تقليدية؟

٢. امتلاك عدد من الأدوات الفنية الأساسية، ومنها:

١/٢ القدرة على التعامل مع الكاميرا الرقمية منذ التقاط الصورة، وحتى نقلها إلى جهاز الحاسوب.

٢/٢ القدرة على التعامل مع أجهزة التسجيل الرقمية، منذ بداية التسجيل بشكل متقن وحتى نقل ملفات الصوت إلى جهاز الحاسوب.

٢/٣ القدرة على التعامل مع بعض البرامج الأساسية للحاسوب، واستخدام البريد الإلكتروني.

٣. رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث.

٤. القدرة على الكتابة، وإعادة الصياغة على الجهاز، والاستفادة من الإمكانات التي يوفرها برنامج معالجة النصوص في التعامل مع المادة الصحفية المكتوبة" المقروءة".

وأرى أن ذلك يمكن أن يتحقق من خلال التمكن من عدد من المهارات، مثل: تغطية الفعاليات من خلال التعامل مباشرة مع جهاز الحاسوب، ومراجعة

المادة الصحفية وإرسالها من موقع تواجد المحرر خارج المؤسسة، والقيام بأكثر من مهمة مثل: متابعة الحدث، وكتابة المادة، والتقاط الصور، أو إرسال أخبار موجزة عبر البريد الإلكتروني، وممكن توسيع صلاحيات المحرر بحيث يسمح له بإدخال إضافات على الموقع، مثل: إضافات على الشريط المتحرك؛ وينبثق ذلك من أهمية الموضوع.

تاسعاً: ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني

يتعين على المحرر الصحفي مراعاة مجموعة من الضوابط التي تسهم في الحفاظ على العناصر الإخراجية، وتساعد على زيادة انقرائية الموضوع الصحفي، ومن هذه الضوابط:

١.التوازن في عدد كلمات العناوين، خاصة التي توضع على الصفحة الرئيسة لموقع الصحيفة الإلكترونية، والصفحات الرئيسة الداخلية، ويكون عدد الكلمات الأمثل يتراوح من ٥-٦ كلمات، بحيث لا تزيد الكلمات أو تقل إلا لضرورة.

٢.لا يزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن ٥ كلمات، ولا يقل عن ٣ كلمات، ويراعى في العنوان التمهيدي أن يكتب داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض، ولا يوضع على الصفحة الرئيسة للموقع أو الصفحات الرئيسة الداخلية.

٣.إعادة صياغة العنوان الرئيسي للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسة بعد حذف العنوان التمهيدي.

٤.النقطتان الرأسيتان يتم استخدامهما بعد أسماء الدول في حالة صدور تصريح رسمي من الدولة مصدر الخبر، أما إذا لم يكن التصريح أو الخبر رسمياً فيتم استعمال النقطتين المتجاورتين.

٥.تحقيق التوازن في عدد كلمات المقدمة، بحيث تتراوح بين ١٠٠-١٢٠ كلمة في الموضوع الذي يتراوح عدد كلماته من ١٠٠٠ – ١٢٠٠ كلمة، وفيما يتعلق بالخبر فيتراوح عدد كلمات المقدمة من ٦٠-٧٠ كلمة.

٦.تحقيق التوازن في عدد كلمات الموضوع أو الخبر بحيث تتراوح كلمات الموضوع من ١٠٠٠- ١٢٠٠ كلمة، وكلمات الخبر من ٦٠٠-٨٠٠ كلمة.

٧.تحقيق التوازن في عدد كلمات الفقرة الواحدة بحيث لا تكون مقتضبة مخلة بالمضمون، أو طويلة مملة، ويفضل أن تكون كلمات الفقرة في المقدمة من ٣٥-٤٠ كلمة، وفي جسم الموضوع تتراوح الفقرة من ٦٠-١٠٠ كلمة.

٨.يفضل أن يكون عدد كلمات العنوان الثانوي الواحد في حدود ٣ كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة.

٩.يفضل أن يكون أول عنوان ثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبل ذلك، حتى لا يلتقي بالصورة أو التعليق عليها، وحتى لا يكون قريباً من العنوان الرئيسي للموضوع.

١٠. يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية، ويفضل استخدام عنوان واحد بعد كل ٣٠٠ كلمة في الموضوعات، وبعد كل ٢٥٠ كلمة في الأخبار.

١١. يراعى في تعليقات الصور ألا تزيد عن ٧ كلمات في الصور العرضية، ولا تزيد عن ٥ كلمات في الصور الطولية.

١٢. يراعى في تعليقات الصورة أن تكون ذات دلالة إضافية وليست مجرد شرح لمكونات الصورة.

الفنون التحريرية وقوالب التحرير الصحفي الإلكتروني

تهدف الورقة البحثية في هذا المطلب التعرف على الفنون التحريرية للصحف الإلكترونية، و قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني، و التحديات التي تفرضها الصحافة الإلكترونية على التحرير الإلكتروني.

تقوم البنية الموضوعية للرسالة الصحفية على جدلية العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوى، حيث إن معظم الأفكار الصحفية لا تصلح للمعالجة إلا على مستوى أشكال صحفية معينة، وتؤثر التغييرات التي تطرأ على الأشكال الصحفية على طبيعة المضامين الصحفية، إلى جانب أن التطورات التي تسود المضمون الصحفي تؤثر على طبيعة الشكل الصحفي، حيث إن العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوى علاقة جدلية في الأساس تعتمد على علاقات التأثير.

إن الوظائف المتعددة هي التي توجد الشكل الصحفي المناسب، فلكل وظيفة أشكالها الصحفية التي تناسبها، والتي تقوم من خلالها الصحيفة الإلكترونية بأداء وظائفها المختلفة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الاتصال الأخرى خاصة في ظل إمكانية الاستفادة من مظاهر التطور التكنولوجي.

أولاً: الفنون التحريرية للصحف الإلكترونية

يختلف أسلوب التحرير الصحفي باختلاف الفنون والأنماط والقوالب الفنية للتحرير الصحفي، وهي:

١. الخبر الصحفي الإلكتروني:

لعل من أبرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة كان ظهور "الصحيفة الإلكترونية في إشارة إلى الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها، وطبع ما يرغب بطباعته.

من هنا ظهر مفهوم" الخبـر الالكتروني "الذي يشير إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية، وتخضع هذه الأخبـار في غالبيـة المواقـع إلى عمليـة تحـديث مسـتمرة، وتـزود شـأنها شـأن الأخبـار الصـحفية والتلفزيونيـة بالصـور والخلفيات، إلى جانب ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات.

مميزات الخبـر الالكتروني:

١-تعدد الوسـائط المسـتخدمة في تقـديم الأخبـار إذ لا يقتصـر الأمـر عـلى الكلمـة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبــر الصـحفي، كـما لا يقتصـر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو في حال الخبـر الإذاعي والتلفزيـوني، فالخبـر الإلكتروني يقدم مزوداً بكل الوسائط السـابقة، إذ يشـمل الكلمـة المطبوعـة والصور الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبـر صوتياً.

٢-تعدد المصادر وتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مكرها كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة، وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد.

٣-التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

٤ -البحث داخـل الأخبـار وفي الأرشـيف الإخبـاري سـواء داخـل الموقـع أو في شـبكة الإنترنت.

٥-ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقـع الأخـرى، و تقديم إضـافات أكـثر و خلفيـات عـن الأحـداث والشخصـيات والأمـاكن الـواردة في الخبـر.

خطوات التحرير الصحفي الإخباري:

١) التخطيط لتغطية الخبـر المتوقع، وتحديد المحاور، وتقسـيمها بين المحررين.

٢) جمع المعلومات المتعلقة بالخبـر من المصادر المختلفة.

٣) التقاط الصور الرقمية المناسبة للخبـر.

٤) مراجعة المادة الصحفية المكتوبة واستكمالها.

٥) تقييم المادة لمعرفة مدى صلاحيتها للنشر.

٦) تجهيز الرسوم التعبيرية واليدوية المصاحبة للموضوع.

٧) تحديد شكل المادة الإخبارية.

٨) التحرير النهائي للنص.

٩) المراجعة النهائية.

١٠) التقييم النهائي للنص وتحديد أولويات النشر.

٢. التقرير الصحفي الإلكتروني:

هو "مجموعة المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها، وحركتها الديناميكية، كما أنه لا يستوعب الجوانب الجوهرية في الحدث كما هو الشأن في الخبر، وإنما يستوعب وصف الزمان، والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث"، ويسمح التقرير الصحفي بإبراز الآراء الشخصية و التجارب الذاتية للمحرر" (٢).

التقرير الإلكتروني: "هو مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتتعلق على ما هو أعمق من الخبر، ويستمد من المعلومات الموثقة".

شروط التقرير الصحفي الإلكتروني:

- ينبغي أن تتوفر في التقرير الصحفي الإلكتروني مجموعة من الشروط، هي:
- ألا تتجاوز عدد كلماته ٤٠٠ كلمة.
- الالتزام باللغة المباشرة، والأسلوب البسيط الواضح.

❖ يمكن استخدام معلومات وإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات.

❖ لا يذكر المحرر رأيه في التقرير الإلكتروني.

عناصر التقرير الإلكتروني:

❖ تمهيد عن موضوع التقرير.

❖ شرح الأحداث الجارية.

❖ خلفية عن الأحداث الماضية.

❖ تفسيرات وتعليقات الأشخاص المشتركين في الحدث.

❖ وثائق وإحصاءات في موضوع التقرير.

❖ مشاهد حية من قلب الأحداث.

❖ الربط بمواقع لها علاقة بموضوع التقرير.

❖ نتائج الحدث.

٣. التحقيق الصحفي:

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحوار والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، ويعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في أي مؤسسة إعلامية، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن

بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

٤. فن الحديث الصحفي:

الحديث الصحفي هو :" فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب طريفة أو غريبة، أو مسلية في حياة هذه الشخصية".

لا يختلف الحديث الصحفي الإلكتروني عن الحديث الصحفي، إلا أن صياغته تأخذ جانباً من الاعتبارات التي توفرها التقنية الحديثة التي تسمح للصحفي بكتابة الحديث الصحفي باستخدام وسائل أخرى إلى جانب الكلمات، مثل: لقطات الفيديو، والمقاطع الصوتية، والروابط الفائقة.

خطوات تحرير النص غير الإخباري: التقرير، والتحقيق، والحديث:

١. اختيار الفكرة وتحديدها، ويجب أن تكون الفكرة جديدة، أو يتم تناولها من زاوية جديدة.

٢. مراجعة الفكرة وتحديدها وإقرارها من المحرر المسئول.

٣. جمع الخلفيات والمعلومات والتفاصيل المكتوبة أو المصورة.

٤. جمع المعلومات اللازمة لنص الحديث، ويتم جمعها بواسطة المحرر أو فريق العمل، وتجمع من المصادر الوثائقية أو من المصادر الحية.

٥. التقاط الصور الرقمية وتجهيز الرسوم.

٦. مراجعة النص واستكمال المواد الناقصة التي تم جمعها.

٧. تحديد شكل الموضوع والبناء الفني.

٨. تحرير النص الصحفي.

٩. المراجعة النهائية للنص لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً وقانونياً.

١٠. التقييم النهائي وتحديد أولوية النشر.

٥. فن المقال الصحفي:

يعد المقال الصحفي الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية والجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويقوم المقال بشرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف أبعادها ودلالاتها المختلفة، ويتمتع المقال الصحفي بخاصية النشر اليومي، مثل: المقال الافتتاحي.

يعتمد المقال على طرح فكرة جديدة أو رؤية خاصة لموقف من مواقف الحياة، أو يعرض مشكلة أو قضية أو حدث، ويكشف عن أبعادها، ومعانيها، ويساعد في تكوين وجهة نظر تجاهها، وينشر في مواقع بارزة على صفحات الصحف، ويوضع له أيقونة مميزة في الصحف الإلكترونية.

وفيما يتعلق بالعمود الصحفي يتعين الإشارة إلى أن الصحيفة الإلكترونية لا تعتمد على الأعمدة مثل الصحيفة المطبوعة، بل تعتمد على الفضاء الذي تتيحه الشاشة.

خطوات تحرير النص غير الإخباري " المقال"

١. تحديد فكرة النص الأصلي.

٢. تحديد المعلومات اللازمة.

٣. جمع البيانات الحالية والراهنة.

٤. اختيار البناء الفني لنص المقال.

٥. تحرير المقال.

٦. مراجعة المقال لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً وقانونياً.

٧. استكمال المعلومات وإعادة الصباغة في بعض الأحيان.

٨. التقييم النهائي وتحديد أولوية النشر.

٦. القصة الصحفية الإلكترونية:

هي القصة التي تبنى على خبر صحفي، ويجد الصحفي أنه يمكن أن يكتب عنها موضوعاً جذاباً، وتحتاج القصة الصحفية الإلكترونية أن يكتبها الصحفي الذي يتمتع بالإحساس الصحفي، حيث يستطيع أن يتنبأ بالأحداث، ويستعين بالوسائل التي تساعده على كتابتها في وقتها ومكانها، وتركز القصة الإخبارية على إخبار القارئ بما حدث، وأين، ومتى، وغير ذلك من الأسئلة الإخبارية، مع الاستعانة بوجهات النظر والاقتباس من التصريحات.

عناصر بناء القصة الصحفية:

- ❖ مقدمة تتضمن أكثر من زاوية إخبارية.
- ❖ معلومات لشرح وتفسير ما ورد في المقدمة.
- ❖ مادة ثانوية وعدد من الموضوعات والزوايا الإخبارية الفرعية.
- ❖ خدمات ضرورية.
- ❖ تفسير أكثر للأفكار المتضمنة في المقدمة.

٧. التغطية الخاصة:

تركز على الشكل المباشر، وتقديم صورة أكثر مباشرة للموضوع، وهي التغطية المستخدمة لإضاءة حدث معين، وإبرازه باستخدام تقنيات الإنترنت، ويستخدم هذا الفن تقنية الفلاش

٨. الكاريكاتير:

فن ساخر من فنون الرسم، وهو صورة تبالغ في إظهار تحريف الملامح الطبيعية أو خصائص ومميزات شخص أو جسم ما؛ بهدف السخرية أو النقد الاجتماعي والسياسي، وفن الكاريكاتير له القدرة على النقد بما يفوق المقالات والتقارير الصحفية أحياناً.

يقوم الكاريكاتير بدور بارز في النقد حيث يعكس شخصية الفنان الذي يرسمه، وهو يمثل أحد الأشكال الصحفية الخاصة بالرأي يحمل فكرة ما، ويلفت انتباه القراء إلى موضوع هام، ويقوم الرسام بتقديمها للقارئ في خطوط معبرة، ثم يضيف إليها كلمات قليلة، ولكنها لاذعة.

تفرد الصحف الإلكترونية وصلة مخصصة لعرض صورة الكاريكاتير كاملة، وقد تضع أرشيفاً كاملاً للكاريكاتير على مواقعها الإلكترونية.

٩. الماجريات:

تتناول الماجريات ما يحدث في جلسات الهيئات ذات الصلة بالمصالح العليا للدول، والتي تهتم بجمهور القراء، وهو ما يشير إلى أن المجريات تقوم بالكتابة عن الهيئات والمنظمات والمجالس التي ترعى مصالح هذه الفئة من الجمهور، ويتعين على كاتب المجريات أن يختار الموضوع الذي يهم غالبية جمهور القراء، وتأخذ المجريات أشكالاً عديدة، مثل: المجريات القضائية، والمجريات الدبلوماسية، والمجريات النيابية.

" اتخذ فن المجريات أهمية خاصة في الصحف الإلكترونية؛ ويرجع ذلك لما تقدمه الصحف الإلكترونية لجمهور القراء من خدمات ومعلومات حول ما يجري من شئون داخلية وخارجية، تتعلق مصالح القراء، وتدخل في حياتهم اليومية".

مـما سـبق يتبـين أن أشـكال الفنـون الصـحفية المسـتخدمة في الصـحيفة الإلكترونية لا تختلـف عـن أشـكال الفنـون الصـحفية في الصـحيفة المطبوعـة، إلا أن الاختلاف الرئيس يكمن في الإضافات التي أوجدتها التقنيـات التكنولوجيـة الحديثـة، ومن صورها: استثمار إمكانيات الوسائط المتعددة، والوسائط الفائقة، والنص الفائق، إلى جانب توظيف الصوت والصورة في داخل تلك الفنون الصـحفية، مـما مـنح هـذه الفنـون حيويـة، وباتـت قـادرة عـلى جـذب جمهـور القـراء، هـذا إلى جانـب حجـم المعلومات الذي توفره الصـحافة الإلكترونيـة، وتنـوع مصـادر المعلومـات الصـحفية، وتخصصها.

ثانياً: استخدام الفنون الصحفية بشكل مركز

إن أهم ما يميز موقع الصحيفة الإلكترونية عـن غـيره مـن المواقـع اعـتماده على محترفين في المجال الصحفي، واستخدامه لعدد من الفنـون الصـحفية، فـلا يركـز على الخبـر فقط كما تفعل المواقع الإخبارية التي تعتبـره المادة الرئيسة للموقـع، إلى جانب أن التركيز على استخدام مختلف الفنون الصحفية يكسب الموقـع سـمة تميـزه عـن سـائر المواقـع التـي قـد تكـون خدميـة أو تجاريـة أو حكوميـة مـع الرغبـة في الاستفادة من مزايا الإنترنت، وطور الصحفيون العديد ممن الفنون المسـتحدثة التـي تقدمها الويب كوسـيلة اتصالية، مثل :

١- ما بعد النشـر المطبوع:

يتمثل هذا في إعـادة تقـديم المـواد التـي سـبق نشـرها مطبوعـة مضـافاً إليهـا عناصـر أخرى، مثل: تطبيقات الوسـائط المتعـددة، وإمكانيـات الـربط والإحالـة عـن طريق الوصـلات، ويعـد هـذا الشـكل فعـالاً عنـد التعامـل مـع مـواد سـبق عرضـها مطبوعة؛ لكونه يسمح بإدخال التجديد والتعديل عليها حتى تصلح للنشــر الفـوري لكنه في الوقت نفسه لا يستفيد بشكل كامل من إمكانيات ومزايا النشـر الفوري.

٢- الشكل التفاعلي:

تعامله مع المادة، ويمكن هذا الشكل من استخدام الرسوم المتحركة، والمواد الصوتية، ولقطـات الفيـديو وغيرهـا مـن العناصـــر النشـطة؛ لتـدعيم القصـص الإخباريـة والموضوعات المختلفة.

٣- الشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح:

يعد هذا الشكل أحد الأساليب الفعالة في عرض وتقديم الموضوعات الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ويتجاوز مجرد عرض عدة صور حول حدث ما، ويعتمد على توظيف الصور المتغيرة والعناصر الجرافيكية مضافاً إليها التعليقات المصاحبة لتقديم مادة مصورة متكاملة، ويراعى وجود ترتيب أو نظام محدد للربط بين الصور وغيرها من العناصر الجرافيكية.

٤- القصص المسموعة:

تأتي أهمية إضافة المادة الصوتية لقالب عرض القصص والموضوعات الإخبارية عندما تقدم هذه المادة الصوتية معنى جديد أو إضافة لا يمكن أن تقدمها الكلمات المكتوبة، ومن الأهمية بمكان ربط المادة النصية بالمادة الصوتية يصاحبها صورة للمصدر المتحدث وغير ذلك من الأساليب الحديثة للاستفادة من إمكانيات الإنترنت.

٥- العرض السردي باستخدام الشرائح:

يعتمد هذا الشكل على الدمج بين أسلوب عرض الشرائح المصورة إلى جانب المادة الصوتية ولقطات الفيديو لتقديم الموضوع الصحفي في قالب، ويتم فيه عرض الصور بتتابع يصاحبها الملفات الصوتية فيكون الشكل النهائي أشبه بفيلم متكامل، وهو يشبه الأسلوب أو الاتجاه الوثائقي، ويمكن استخدامه بفاعلية في عرض القصص التي تتضمن صور وملفات صوتية مؤثرة ومعبرة.

٦- الدردشة الحية:

تمثل الشكل التفاعلي للأسلوب التقليدي المعروف بالسؤال والإجابة، والذي استخدم في عرض بعض الموضوعات في الصحافة التقليدية، بينما في النشر الفوري فإن إمكانية استقبال الأسئلة من أفراد الجمهور تعد وسيلة فعالة لعرض المعلومات ومناقشة القضايا المختلفة.

٧- القصص التي تعتمد على الرسومات الساخرة:

يمكن الاعتماد على الرسوم الساخرة لتقديم وعرض الموضوعات والقصص المختلفة خاصة في حالة عدم وجود مواد مصورة أو لقطات فيديو، إلا أن استخدامها يجب أن يكون مقترناً بهدف ووظيفة تحققها، وأن تقدم للقارئ معلومة أو فكرة؛ حتى لا يتجاهلها مستخدم الموقع الفوري، ويمكن في هذه الحالة أن يكون هذا الأسلوب فعالاً وناجحاً.

٨- شكل الوسائط المتعددة التفاعلية:

يمكن دمج أشكال متعددة لعرض القصص الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، وعند دمج هذه العناصر يتم الحصول على نموذج واحد متكامل لكنه متعدد العناصر والأبعاد.

٩- القصص الجانبية:

ترتب على ضرورة الاختصار والتركيز في تقديم القصة الإخبارية ظهور حاجة أخرى ترتبط بتقديم عناصر فرعية وجوانب مختلفة للحدث الرئيسي في شكل قصص جانبية يطلع عليها المستخدم المهتم إذا أراد، وهي تكون منفصلة عن القصة الأساسية؛ حتى لا تعوق سرعة متابعة المستخدم لها،

وتظهر هذه القصص الجانبية كمحاور فرعية منفصلة عن القصة الأساسية ويمكن للمستخدم اختيار ما يهمه منها والانتقال إليه مباشرة دون الاضطرار لقراءة قصة طويلة.

ثالثاً: قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني

بحثت الصحف الإلكترونية عن قوالب تحريرية جديدة لتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية، وجاء ذلك وليد تطور أشكال الاتصال، والكم الهائل من المعلومات حول الحدث أو القضية أو المشكلة أو الظاهرة، ويمكن الوقوف على قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني على النحو الآتي:

١. قالب الهرم المقلوب:

يتيح استخدام هذا القالب الاستعانة بالمقدمة الموجزة، والانتقال منها لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسة داخل الموضوع، وكل منها مكتوب بشكل مستقل مع وجود علاقة لاخطية تربط كل هذه المحاور مع بعضها البعض، ويناسب قالب الهرم المقلوب كتابة الأخبار والقصص الإخبارية.

يبدأ قالب الهرم المقلوب بأهم المعلومات؛ لأن مستخدم الإنترنت لا يقضي وقتاً طويلاً في قراءة الكثير من المواد، ولا قراءة العديد من الفقرات داخل الموضوع الواحد وإنما يتجه إلى المعلومات التي تهمه بسرعة.

٢. قالب السرد المتسلسل:

يعتمد هذا القالب على تقسيم المادة إلى مقاطع قصيرة، لكنها تكتب بطريقة خطية سردية بدون وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى في هذا القالب وضع نهاية مشوقة لكل فقرة، ويناسب النموذج السابق المواد ذات الطبيعة القصصية والدرامية.

٣. قالب الكتل النصية بحجم الشاشة:

يتم في هذا القالب عرض المادة على شكل وحدات أو كتل كل منها بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بينها لكنها تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات، مثل: التالي، السابق، بحيث تبدو كل وحدة منها امتداد لما سبق وتمهيد للتالي، ولذا فليس لها نهاية محددة، وقد توجد وصلات خارجية تنقل لصفحات ومواقع أخرى على الإنترنت، ويناسب هذا القالب القصص والموضوعات التي تحتوي على عدة أحداث وكلها مترابطة بشكل منطقي.

٤. قالب النص الطويل:

يقوم هذا القالب على عرض النص على شاشات متتالية بحيث يتصفحه المستخدم عن طريق أشرطة التصفح، ويستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي، ويلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل الخطي التقليدي في المطبوعة.

إلى جانب القوالب سابقة الذكر هناك مجموعة أخرى من قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني، يمكن الوقوف عليها على النحو الآتي:

القالب غير الخطى "غير الطولي":

يعد هذا القالب عكس القالب الخطى "الطولي" الذي يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم، وفيها لا يسيطر القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر، ويناسب هذا القالب الأخبار المنشورة في الصحيفة الإلكترونية، ويقوم على وجود وصلات متعددة، تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر، وبموجب هذا القالب يبنى الخبر في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات إلى جسمه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع.

نمط لوحة التصميم:

يعد هذا القالب من الأنماط الجيدة في تحرير الأخبار التي أفرزتها شبكة الإنترنت، ويسمى نمط لوحة التصميم، ويأخذ في اعتباره أن الخبر الإلكتروني يتميز عن الخبر المطبوع باستخدام كافة الإمكانات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا النمط إدخال الصوت والصورة ورجع الصدى إلى القصة الإخبارية.

نمط المقاطع:

يناسب هذا النمط الأخبار المركبة والمعمقة والقصص الخبرية، ويقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع، والتعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة، ويقسم الخبر إلى أجزاء وفقاً لترتيب وقوع الأحداث، أو وفقاً للتطور الزمني للحدث.

نمط القائمة:

يفيد هذا النمط في تحرير الأخبار عندما يكون لدى المحرر عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها، ويقوم على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم داخل الخبر أو في خاتمته، ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات، ونتائج بحوث وبرامج الحكومة، والتقارير الاقتصادية.

نمط الدائرة:

يتم فيه تحرير الخبر في شكل دائرة، يكون الاستهلال فيها هو النقطة الرئيسية، وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال، وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية، مع مراعاة أن كل جزء من الخبر متساو في الأهمية، وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.

قالب الساعة الرملية:

يتكون من مقدمة ملخصة، ثم معلومات خلفية عن الحدث، يليه إبراز أهم وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متتالي للأحداث الفرعية في الخبر.

نمط ول ستريت جورنال:

يبدأ هذا النمط باستهلال خفيف حول شخص، أو مشهد، أو حادثة، وتقوم فكرته على الانتقال.

من الخاص إلى العام، ويبدأ بشخص، أو مكان، أو حدث يوضح النقطة الرئيسة في الخبر، والاستهلال قد يكون وصفياً، أو سردياً، أو مكانياً، ويتبع ذلك فقرة مركزية توضح مغزى الخبر، ثم يرتب جسم الخبر حسب وجهات النظر المختلفة، وتفضيلات تتعلق بمحور الخبر، وتكون الخاتمة دائرية، ويستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر الاستهلال.

رابعاً: تحديات تفرضها الصحافة الإلكترونية على التحرير الإلكتروني

توجد مجموعة من التحديات التي تواجه عمل الصحافة الإلكترونية ويتعين على من يعمل فيها بمن فيهم المحررين أن يعلم بها ويعيها، وهذه التحديات هي:

١. تعدد المهارات:

يتعامل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات، مما يتطلب منه أن يجيد استخدام مهارات يدوية متعددة، مثل: مهارات استخدام المسجلات الرقمية، ومهارات استخدام الكاميرات الرقمية، ومهارات العمل ميدانياً بالورقة، والقلم، والحاسب الآلي، والهاتف المحمول، إلى جانب استخدام مهارات تحرير الصور، ومهارات استخدام برامج معالجة النصوص، ومهارات استخدام برامج التحميل على الويب، ومهارات استخدام البريد الإلكتروني.

٢. تعدد الأعباء:

لا ينتهي دور المحرر في الصحافة الإلكترونية عند جمع المعلومات وإعدادها في نص مكتوب كما هو الحال في الصحافة المطبوعة، إنما في الصحافة الإلكترونية تتعدد الأعباء التي يقوم بها من حيث إعداد النص المكتوب، أو الملف الصوتي أو الملف المرئي الذي حصل عليه من موقع الحدث، إضافة إلى أن ذلك يتطلب البحث عن خبراء في القضية، وتجهيزهم للرد على أسئلة الجمهور عبر الموقع، والبحث عن مواقع ذات علاقة بالقضية التي يعالجها، أو يتيح مجالاً للحوار والنقاش حولها ويقوم بمتابعته.

٣. تغيير برامج التعليم والإعداد:

أثر التطور الذي شهدته الصحافة الإلكترونية على المناهج الدراسية والدورات التدريبية المتعلقة بالتعليم، حيث ظهرت في المجتمع الأكاديمي مناهج دراسية عديدة متعلقة بالصحافة الإلكترونية، مما أثرى المهارات التي يفترض أن تنمو أو تصقل لدى الطالب.

إن التطور التكنولوجي الذي شهدته حياة الإنسان في العصر الحديث، اعترى مختلف المستويات والجوانب، فلم يكن الإعلام بمنأى أو منجى من ذلك، بقدر ما كان العنصر الأكثر حظا من ذلك التحول، كيف لا؟ وقد كان نفسه طرفا مشاركا وفعالا في تحول العالم وتبدله، فلم يعد الحديث عن الإعلام باعتباره مجرد آلية لتوصيل الخبر، بل ظهر مصطلحات كثيرة لها دور كبير في الإعلام، مثل صحافة المواطن والمستقبل المرسل وأصبح الإعلام ذو قوة ظاهرة تؤثر بشكل سحري في الجمهور، ومن ثم تساهم في تشكيل مفاهيمهم وتوجيهها.

وكان لاستخدام شبكة الانترنت كصحافة شبكات السبب الرئيس في ظهور صحافة الانترنت حيث كانت بداية الاستخدام بنشر الصحف المطبوعة على مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت بداية من عام ١٩٩٢ عندما نشرت صحيفة شيكاغو تريبيون طبعتها على شبكة الانترنت.

حيث اعتبر البعض أن من أبرز معالم التطور الذي شهدته صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي ظهور ما يسمى بالصحيفة الإلكترونية.

وتركزت فكرة عمل الصحيفة الالكترونية منذ البدايات على بث المادة الصحفية على شبكة الانترنت العالمية مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال

وقد ربط بعض الكتاب الصحيفة الالكترونية بالصحيفة الورقية بأنه الأولى هي نشر ما يتم إنتاجه في الثانية.

وقد كان اهتمام القائمين على الصحف الإلكترونية بارزا وواضحا بإخراجها وتصميمها بشكل اشترطوا عليه في البداية أن يكون تقليد للأصل الورقي، ولكن بعد ذلك بدأ الاهتمام والاستقلال عن الأصل الورقي وخلص شخصية مستقلة بذاته، و تؤكد إحدى الدراسات أن الصحفيين يعولون بدرجة كبيرة على أهمية الشكل، وأنهم

يرون أن أهم الوسائل لجذب القراء إلى مواقع الصحف الإلكترونية هي جودة تصميم الويب التي تقدمها هذه المواقع وتنفر بها عن غيرها.

الإخراج الصحفي في الصحيفة المطبوعة:

ليس هناك خلاف على أن الإخراج الصحفي لتصميم الصحيفة الورقية يعد خطوة من خطوات إنتاج الصحيفة وهي الخطوة المتعلقة بالشكل الذي تقدم به الصحف ما يتوافر لديها من مواد صحفية، ولعلم الإخراج الصحفي الورقي أسس ومبادئ وأدوار وظيفية ، وتتجسد الأدوار الوظيفية للإخراج الصحفي في عمله على تقديم المضامين الصحفية التي تشبع حاجات القراء الاتصالية بطرق فنية سهلة جذابة ومشوقة، كما تتجسد في الاتجاهات الحديثة والإجراءات الوظيفية الخاصة بالإخراج الصفحة الأولى لكونها أهم صفحات الجريدة.

فمن هنا يتضح أن الإخراج الصحفي ليس عشوائي، بل له أدوار وظيفية يقوم بها، ومن أجل تحقيق هذه الأدوار الوظيفية فهو يستخدم عددا من العناصر يطلق عليها (العناصر التيبوغرافية) وتوزيعها على الصفحات بما يحقق الهدف العام ألا وهو نشر المضامين بصورة جيدة.

التصميم الإلكتروني:

لو جئنا إلى التصميم الإلكتروني نجد أنه هناك شبه إجماع على أن يطلقوا على تصميم الصفحات الخاصة بالصحف الإلكترونية لفظ (تصميم) وليس إخراج، ولكن ما نلاحظه أن القائمين على المؤسسات الصحفية لم يتجردوا من عملهم في الصحيفة الورقية المطبوعة التي يعتبر الإخراج الصحفي من أهم مراحلها، فاستطاعوا أن ينقلوا مبادئ الإخراج الصحفي من توازن وتباين... إلى الصحافة الإلكترونية، وكذلك توظيف ما يسمى في الإخراج الصحفي بالعناصر التيبوغرافية، وفي المواقع الصحفية الالكترونية يسمى بالعناصر التي تحتوي عليها الصفحة أو الموقع.

فمن هنا نجد أن التصميم للمواقع الصحفية الالكترونية لم يوجد لوحده، رغم أن القائمين عليه هم عادة وفي معظم المواقع الصحفية في العام وحتى الدول المتقدمة هم الفنيين أو التقنيين الذين يتقنون التعامل مع الأكواد الالكترونية، والبرمجيات، على خلاف الإخراج الصحفي الذي يقوم عليه عدد من الصحفيين الذي

لديهم الرؤية الصحفية، إلا أنه لوحظ في الآونة الأخيرة ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بتوضيح القوانين التي يجب أن يعمل بمقتضاها هؤلاء التقنيين والفنيين عند تصميمهم بالمواقع الالكترونية، فقد استطاع القائمين على المواقع الصحفية الالكترونية أن ينقلوا أسس الإخراج إلى الصحف الالكترونية وأن يطبقوها بما يخدم المواقع الصحفية الالكترونية والاستفادة منها.

وقد أورد د.ماجد تربان عن إحدى الدراسات الأجنبية ما يؤكد وجهة النظر هذه حيث قال "ويجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية، والصحف المطبوعة، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات، عند تصميم الصحف الإلكترونية ويرى آخرون أن ٨٠%من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الالكترونية، وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان، الفراغات،الهوامش، التباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيلتين إلى حد ما.

وقد أكدت العديد من الدراسات هذه الرؤية حيث ذكرت د.منار فتحي محمد، نقلاً عن إحدى الدراسات الأجنبية قولها "بالرغم من حداثة مجال تصميم الويب إلا أنه ينحدر من المجالات الأخرى للصميم، لذا تعتمد ممارسات تصميم الويب على المعارف الموجودة بالفعل، وتتنوع التخصصات والمهارات التي يعتمد عليها تصميم الويب".

ومن المعروف أن مصممو الصحف الإلكترونية يستخدمون نفس العناصر التي يستخدمها مصممو الإصدارات الورقية المطبوعة تقريباً من عناوين، ونصوص، وصور، وألوان، وفواصل، وجداول، إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الالكترونية مثل:الوصلات ، ووسائل التجول، والفيديو، والصوت، من أجل تحقيق القيم الأساسية نفسها، المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل: الاتزان، والتباين، والتناسب، والتجوال، والوحدة، والتميز، والإيقاع.

تعريف تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية :

يعرفه حلمي محسب بأنه: "الطريقة التي تقدم بها الحصيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم، لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته".

ويعرفه زيد منير سليمان بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، لاسيما واجهة الصحيفة الالكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة".

عناصر تصميم الصحف الإلكترونية:

اختلف الكتاب حول تصنيف عناصر تصميم الصحف الإلكترونية فبعضها قسمها إلى تقليدية وغير تقليدية ، وبعضهم قسمها إلى بنائية أساسية وأخرى إضافية... وتقسيمات أخرى وتصنيفات، وهناك تصنيفات التفاعلية وعدم التفاعلية، وهنا سوف نعتمد على بعض العناوين التي سنضع أسفلها تصنيفات عناصر تصميم الصحف الإلكترونية، بما يحقق أكبر قدر من التعرف على هذه العناصر وشملها.

أ-عناصر الوسائط المتعددة:

إنه أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية هو تعدد الوسائط، فإذا كان الراديو يقدم الصوت، والتليفزيون يقدم الصوت والصورة، والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط، وفي قمة الانسجام والإفادة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحف الإلكترونية التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو موقع على الانترنت بداخله نص أو صوت أو صورة.

لذلك سوف نتناول عناصر الإخراجية التي تتكون منها الصحيفة الالكترونية من خلال مفهومنا للوسائل الفائقة والتي تجمع بين الوسائل المتعددة والنصوص الفائقة، فهي من ناحية التعدد تعتبر وسائل متعددة، ومن ناحية النشاط والتدفق، تفيض كل وسيلة بنفس مفهوم النصوص الفائقة، فتضم الوسائل الفائقة بجانب النصوص الفائقة، الصور الفائقة، والرسوم الفائقة، والأصوات الفائق... إلى غيرها، ويمكن تعريف الوسائل الفائقة بأنها نظام لتخزين المعلومات النصية والمصورة والرسومية والصوتية في مقاطع تصل بينها وصلات، يستخدمها المتلقي حسب

الحاجة، وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قادة بيانات الوسائل الفائقة التي يتم تنظيمها بنفس طرق وأساليب تصميم النص الفائق في العلاقة بين مقاطع أو أجزاء أو روابط بكل وسيلة على حدة أو العلاقة بين المقاطع والروابط في الوسائل المتعددة أو بعضها.

أولاً: النص:

على الرغم من احتواء الانترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر وسهولة إلا أن النص ما زال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي والدلالي.

ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على : العناوين، والمقدمات والجسم، ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الإنقرائية، فالمخرج يهدف من وراء الإنقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصرياً ونفسياً لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون وتحديد أروقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتنقل القارئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراء.

وتعتبر الوصلات التشعبية هي أساس الإنترنت، ويعنى أ،ها من الأساسيات المهمة في بناء هيكل سليم وواضح لصفحة الوب، وتعنى الوصلات التشعبية بالخيوط التي تؤلف حلقات الوصل بين الملايين من مواقعها، بمجرد النقر على وصلة ما يتم التنقل إلى صفحة أخرى في نفس الوقع، والنقر على وصلة أخرى في نفس الوقت تحمل ملفاً، وأخرى تشغل مقطعاً موسيقياً، وثالثة تعرض الصورة..

وينقسم النص المتشعب حسب استخدامه إلى ثلاثة أنواع:

النوع الأول: النص المتشعب الداخلي: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها، فيساعده في الوصول إلى بداية الصفحة، ويسمى هذا النص عامة (Top Page)، أو يساعده في الوصول إلى نهاية الصفحة ويسمى هذا النص (End Page).

النوع الثاني: النص المتشعب الخارجي: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى صفحة أخرى موجودة على موقع آخر خارجي خلاف الموقع الأساسي الذي يتصفحه

القارئ، ويتميز هذا النوع بقدرته على إعطاء القارئ معلومات إضافية عن الموضوع الذي يقرأه.

النوع الثالث: النص المتشعب الوسيط: الذي يحيل المتصفح إلى موضوعات داخل الموقع ذاته ولكن داخل صفحات أخرى من الموقع، وقد انبثق عن هذا المصطلح مصطلح آخر هو الربط المتشعب، وهذا المصطلح أعم من مصطلح النص المتشعب، والذي يعني أن المستخدم إذا ما ضغط على صورة أو نص أو رسم أو شكل يحيله إلى صفحة أخرى أو إلى موقع آخر خلاف الموقع الأساسي الذي هو بصدده، ولكن معظم المبرمجين اعتادوا على استخدام النص المتشعب لوصف أي رابطة، سواء كانت هذه الرابطة نصاً أو صوراً أو رسوماً.

وظائف النص الفائق:

وهناك عدد من الوظائف التي يقدمها النص الفائق، وهي كما يلي:

١- يلخص النص المتشعب المعلومات في مستويات مختلفة للمساعدة في تحميل الصفحات.

٢- يقدم النص المتشعب المعلومات وفقاً لاحتياج القارئ.

٣- يعرض النص المتشعب عدداً من التقنيات المرئية والمسموعة والتي تستخدم لتحسين فهم النص.

٤- يوم النص المتشعب بتكسير النص إلى وحدات صغيرة عندما يكون النص كبير الحجم.

٥- يعتمد في عمله على الرابط الذي يعمل على ربط المستخدم بجميع وحدات التخزين المتصلة بالشبكات وبشبكة الإنترنت.

ثانياً- الصورة:

إن الحديث عن أهمية الصورة من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة أو مفردة له قسط من الأبحاث التي تتناول العناصر البنائية، وبصفة عامة فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي

للصحيفة، وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الانترنت، وهناك عدد كبير من أنواع الصور، منها: صورGIF، وصورJPEG وصور PNG، وهذه هي أكثر أنواع الصور وجوداً على الإنترنت.

ثالثاً: الصوت:

يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسية، الأولى: الاتساع، وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل لذروة الموجة، وتعني قمة الموجة الصوت العالي، بينما يعني قاعدة المصوت المنخفض، الثانية: التردد وهو سرعة حركة الموجة (عدد الموجات التي تمر خلال ثانية) والتردد العالي ينتج عنه ترددات سريعة تؤدي إي إيقاع بطيء.

وعلى مخرج الصحيفة الإلكترونية أن يدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل على دقة الصوت الأصلي، فبما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد درباً من المحال، وتتخذ ملفات الصوت على الانترنت عددا من الصيغ أهمها (au , SND , UNIX , Wave , WMA, RA K MP3, MP2 , AIF , AI)

رابعاً:الفيديو:

تنبع أهمية الفيديو بصفة عامة من كونها تجسيدا للأحداث جاعلة المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته، بيد أن ملفات الفيديو على الانترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن هذه القيدين آخذان في الانحسار شيئا فشيء، وفقا للبنى التحتية لشبكات الإنترنت، والطريق السريع للمعلومات، لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني.

ويجب أن يضع مخرج الصحيفة الإلكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينيه، وكذلك لقطات الفيديو المأخوذة من الكاميرات الرقمية،

فلكل واحدة لها طبيعتها الخاصة، ومن أشهر ا،واع ملفات الفيديو (Quick Times - MPEG - Video for Window"VFW")

ب_ العناصر البنائية المساعدة:

أولاً: الألوان:

إن الألوان المختلفة تنشأ عن نماذج للألوان الأولية "الأحمر والأصفر، والأزرق، وعلى هذا يتم تقسيم الألوان إلى ثلاث فئات رئيسية كالتالي:

١- ألوان أولية: وهي الأحمر والأصفر والأزرق.

٢- ألوان ناشئة: وهي عبارة عن امتزاج لوني من الألوان الأولية مثل الأحمر والأصفر حيث ينشأ البرتقالي.

٣- ألوان وسيطة: وهي تنشأ من امتزاج عدة ألوان أولية وناشئة.

ثانياً: الحدود والفواصل:

صحيح أن الحدود والفواصل هي عناصر لا تحتوي على معلومات في حد ذاتها، إلا أنها تعد عناصر مساعدة في إبراز المضمون وتنظيمه وتنسيقه، ولا تقل أهمية عن المعلومات، فبدونها تختلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور ونصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض، كما تفقد العين مسار رؤيتها ولا تستطيع أن تسير بين أكوام المعلومات المكدسة وغير المنظمة، فالفواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض، كما تقوم بتقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة والتنقل من مكان إلى آخر عبر الصفحة في يسر وسهولة وانسياب.

مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية:

عند الحديث عن تصميم الصحف الإلكترونية، ومباد\ التصميم ند أن هناك تباين في تناول العلماء لتلك المبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط، والبعض الآخر رأى أنها تتكون من سبعة مبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون

من تسعة مبادئ، إضافة إلى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم، والعكس صحيح أيضا.

وهنا نعرض لهذه المبادئ بشيء من الإيجاز، فعرض هذه المبادئ بالتفصيل يحتاج إلى العديد من الدراسات، فالهدف الأساسي لا يسعى لرصد هذه المبادئ، إنما هو تطبيقها على تصميم الصحف الإلكترونية:

أولاً: التوازن

التوازن هو الإحساس بتوازن وتساوي عناصر التصميم، ويقصد بالتوازن عدم إثقال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد، ويأخذ عادة التوازن أحد ثلاثة أشكال هي: التوازن التماثلي، والتوازن اللاتماثلي، والتوازن الإشعاعي، وهي كما يلي:

١- التوازن المتماثل:

يسمى التوازن التماثلي بالتوازن الشكلي، وينتج هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أنصاف، أرباع، أثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال هي:

- **التماثل الرأسي:** ويتم عندما تقسم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما من الناحية اليمنى، والآخر في الناحية اليسرى.
- **التماثل الأفقي:** ويتم عند تقسيم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في القسم العلوي من الصفحة، والآخر في القسم السفلي.
- **التماثل الأفقي الرأسي:** ويتم في هذا النوع تقسيم الصفحة أربعة أقسام متساوية، ويضم التوازن التماثلي بداخله التوازن التقريبي الذي يكون متساوي الأجزاء بالتقريب، فالأشكال مرتبة حول خط الارتكاز في الصفحة.

٢- التوازن اللاتماثلي:

ينتج التوازن اللاتماثلي عن طريق تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية، وذلك من خلال وضع صورة كبيرة متجاورة مع مجموعة من الصور الصغيرة، ويفيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة، ويمكن من خلال هذا المبدأ أن يخلق المصمم الإحساس بالحركة والتوتر والفرح والإثارة والغضب.

٣- التوازن الإشعاعي

يقصد بالتوازن الإشعاعي أن هناك نقطة مركزية عوضاً عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة المركزية هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها لعناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب ينجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها، ثم ينطلق منها حول بقية العناصر البنائية، ويشبه التوازن الإشعاعي حركة الإلكترونات حول النواة، كما أن حركة الاتزان الإشعاعي لا تقتصر على الحركة الدائرية، بل يمكن أن تأخذ شكل الحركة اللولبية، وفي الحركة اللولبية يكون هناك أكثر من نقطة مركزية يدور حولها البصر.

ثانياً: الوحدة:

وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام، من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاورة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها، وتقسم الوحدة إلى نوعين:

☒ **النوع الأول:** وحدة الموضوع: ويقصد بها كلم موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تمييزه بسمة معينة قد تكون نع الخط أو الشكل الذي يحتويه، كأن يكون شكلاً مربعا، أو مستطيلاً، أو لون نصوصه، أو أن تكون أرضياته مختلفة عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

☒ **النوع الثاني:** وحدة الصفحة: ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية بعضها ببعض بحيث إن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكنها تؤكدها، فيمكن أن تكون هناك

وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل: حجم الخط أ ونوعه، وفي نفس الوقت يمكن أنت كون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييز بلون معين.

ثالثاً: الحركة :

يقصد بالحركة الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب -بصفة عامة- مراعاة مجموعة من الاعتبارات منها، ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط، وضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة، وضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة، وترتيب الأحجام من الأكبر إلى الأصغر، وبشكل عام فإن الحركة في التصميم لها مجموعة من الخصائص:

- **الاتجاه:** يأخذ اتجاه حركة العين على الصفحة أحد ثلاثة أشكال: من اليمين إلى اليسار أو العكس، والاتجاه الثاني من أعلى إلى أسفل أو العكس، والاتجاه الثالث، من الأمام إلى الخلف أو العكس.

- **المعدل:** ويقصد بمعدل الحركة سرعة أو بطء حركة العين في إدراكها للأشكال، ويقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع: حركة سريعة، حيث تحدث هذه الحركة عند الانتقال من صورة إلى أخرى، أو من عنوان موضوع إلى عنوان موضوع آخر، والنوع الثاني، حركة متوسطة، وتحدث عند الانتقال من سطر إلى آخر، أو من عمود إلى آخر، والنوع الثالث من أنواع المعدل في الحركة هو حركة بطيئة تحدث عند الانتقال من حرف إلى آخر، ومن كلمة إلى أخرى، أو من أحد تفصيلات الصورة إلى غيرها من التفصيلات نفس الصورة.

- **النوع:** ويقصد بنوع الحركة الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة على الصفحة، وتأخذ هذه الأشكال: حركة مرسومة طولياً، تحدث عند تحريك العين لقراءة سطر معين مكتوب بطريقة أفقية، والشكل الثاني هو حركة بندولية، تشبه هذه الحركة حركة بندول الساعة، أي تتأرجح من اليمين إلى اليسار ثم العكس، مثلما يحدث في الانتقال من موضوع إلى آخر، أو صورة إلى أخرى، والشكل الثالث هو حركة دائرية، تحدث الحركة الدائرية عند وضع بعض العناصر

البنائية الثقيلة التي تتمتع بجذب بصري مثل الصورة والعناوين بشكل دائري على أطراف الصفحة، فتقوم العين بالمرور على هذه الصور بشكل دائري.

رابعاً: التباين:

يعرف التباين بأنه التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة مثل التبادل بين الإضاءة والإظلام، والنعومة والخشونة، والدفء والبرودة، والكبر والصغر، كما يعرف بأنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض، ويساعد التباين في تنسيق المعلومات في الصفحة، فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد عين القارئ في انسيابية الرؤية موضحا المسالك التي يمكن أن تتوجه إليها لعين عبر النص، ويأخذ التباين مجموعة من الأشكال منها:

التباين بين الشكل والأرضية:

يحدث التباين بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية، فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي أرضية، وعندما ترتفع يكون الجزء المرئي شكلا، وهذا يؤكد أن للأرضية هيئة سالبة، كما أن للشكل هيئة موجبة، ويقوم التباين بينهما بشكل توفيقي ليجعل منهما شيئا واحدا تدركه العين.

التباين بين الأحجام:

يحدث التباين بين الأحجام عن طريق تباين العناصر من نفس النوع مثل: تباين الصور الصغيرة والكبيرة، وتباين الحروف الكبيرة والصغيرة، والتباين بين المساحات الكبيرة والصغيرة.

التبيان بين القيم:

هو التبيان النسبي بين الإضاءة والإظلام.

تباين الألوان:

يتدرج التباين بين الألوان بدءً من التباين الكامل والتباين المتوسط والضعيف، وهم: التباين الكامل(التناقض) يحدث هذا التباين بين الألوان المتقابلة في عجلة الألوان، والتي يطلق عليها بالألوان المتممة ، والنوع الثاني هو التباين الضعيف، ويحدث بين الألوان التماثلية، وهي الألوان التي لها كُنه مشتركة.

تباين الأشكال:

يتحقق تباين الأشكال من خلال طريقين: الأول عن طريق استخدام الاتجاه مثل الاتجاهات الأفقية والرأسية، والثاني: عن طريق استخدام الأشكال الهندسية مثل المستطيلات والمربعات والدوائر والمستطيلات والأشكال الخماسية والسداسية، والأشكال المنتظمة وشبه المنتظمة والمنحرفة، والأشكال المائلة والمستقيمة

خامساً: المحاذاة:

يشير مصطلح المحاذاة إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة، وتنقسم المحاذاة إلى نوعين هما:

المحاذاة الأفقية:

تشمل محاذاة النصوص ناحية اليمين أو اليسار أو الوسط أو الضبط، ولكل نوع من هذه الأنواع الأربعة مزاياه وعيوبه.

المحاذاة الرأسية:

على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي تلجأ الصحف أيضاً إلى الاتجاه الرأسي في تقديم بعض أشكالها المرئية.

سادساً: التناسب:

إذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما يشير التناسب إلى تناسب الأحجام من زاوية، ووزن

العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها:

التناسب في حجم حروف النصوص:

يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص وهي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن، لتحقيق انسيابية الرؤية.

التناسب في حجم الأعمدة:

يقصد بتناسب خجم الأعمدة ألا يكون هناك عموداً كبيراً للغاية وآخر متناء في الصغر، لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة، وعليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسباً مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسباً مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية أخرى.

التناسب في مساحة الصور:

يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب أن تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جداً، والعكس صحيح أيضا.

سابعاً: الإيقاع:

وهو تكرار عناصر التصميم، مثل: الخطوط، والأشكال، والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون.

اعتبارات يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية:

وضعت د.منار محمد أربعة اعتبارات أعدتها قواعد إذا اتبعها المصمم يكون تصميمه على أكمل وجه:

❖ لا تطبق التكنولوجيا لمجرد المعرفة بها: تقدم تقنيات الويب عدة خيارات وأوات لبناء المواقع، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبـرراً لاستخدامها.

❖ عدم الاعتقاد بأن هناك مسلمات في التصميم: فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر، وما لا يصلح لموقع ما قد يفيد في موقع آخر غيره.

❖ المستخدم هو الحكم النهائي لقرارات التصميم: فقد يكون هناك كدال بين المصمم ورئيسه حول مدى جدوى بعض ملامح أو عناصـر التصميم، معتقداً كل طرف أنه هو المحق، ليس أي من المصمم أو رئيسه أو صاحب الموقع هو صاحب القرار في تنفيذ أمر ما بالموقع أو لا، وإنما القرار النهائي من جانب المستخدم الذي قد يعجبه أو يصعب عليه فهم جانب ما من الموقع، فالمستخدم هو المستفيد الذي يسعى الموقع إلى إرضائه.

❖ من المستحيل إرضاء جميع المستخدمين: بغض النظر عما إذا كان عددهم قليلاً أو كبيراً، فلكل فرد رأيه الخاص، ولكن على المصمم إرضاء الغالبية العظمى من المستخدمين والوقوف عند حد معين لتطوير الجوانب الوظيفية والجمالية للموقع.

هناك مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية:

❖ الاهتمام الجيد بالمحتوى، والذي يتناسب مع احتياجات الجمهور.

❖ الاهتمام بالوسائل المتعددة التفاعلية في طريقة عرض الصحيفة.

❖ تنظيم المعلومات بطريقة جيدة وفعالة.

❖ عرض المعلومات بأسلوب تتابعي حتى لا يمل المستخدم.

وفي ذات الإطار عرضت بسنت العقباوي لمجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية:

- ❖ فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف.
- ❖ تزويد المحتوى بالأشكال المتعددة من الوسائل.
- ❖ تزويد الصحيفة بـروابط مناسبة، وموثوق بها من مصادر أخرى للمعلومات.
- ❖ تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها.
- ❖ تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث.
- ❖ استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الأماكن المناسبة لذلك، أو حسب الحاجة إليها.
- ❖ استخدام أشكال متعددة من الوسائل.
- ❖ الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة.
- ❖ تزويد الصحيفة بوسائط متعددة فاعلة، مع إعطاء الحرية الاختيارية في المرور.
- ❖ تزويد المستخدم بالدخول والاشتراك في الصحيفة.
- ❖ استخدام تصنيف ثابت.
- ❖ تصنيف المعلومات.
- ❖ تبني استخدام أيقونات مألوفة.
- ❖ إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة.

- ❖ وضع خريطة عامة لتنظيم المعلومات.
- ❖ استخدام إشارة توضح تحديث الموضوعات الجديدة.
- ❖ تزويد الصحيفة بنصوص مقروءة واضحة.

مدارس تصميم الصحف الإلكترونية:

تعددت مداخل تصميم الصحف الإلكترونية، فبعضها ركز على النص بصفته هو الوحدة الأكثر أهمية وهي التي يصل الهدف من خلالها ، وبعض هذه المدارس ركز على التصميم المجازي و الموضوعي، وبعضها ركز على التصميم المعتمد على المستخدم، والبعض الآخر ركز على مدرسة التصميم غير التقليدي. وقد تحدثت د.منار محمد عن مدارس تصميم صفحات الصحف الإلكترونية بشيء من التفصيل كما يلي:

- **المدرسة الأولى (النص):**

تفترض أبشط مدرسة في تصميم الويب أن أكثر عناصر تصميم الصفحة أهمية هو النص، ويفضل المصممون في هذا الأسلوب المضمون على أسلوب العرض، وعادة ما يستخدمون القليل من العناصر الجرافيكية، كما أنهم لا يكزون كثيراً على اختيار اللون أو نوع الحرب، وكان التصميم في هذه المدرسة ذا مظهر كئيب على حد ما، وذلك بسبب حدود لغة HTML والدعم الفقير للغةCSS.

عيوب هذا التصميم وفق هذه المدرسة:

- يعتمد على تقنيات ما زالت غير مدعمة جيداً بالمتصفحات.
- يميل التصميم إلى وجود روابط داخل النصوص غير بنائية، منتشرة داخل المضمون أكثر من شرائط التجول.

- من الصعب تصميم النص جيداً، حيث يجد الكثير من المصممين -خاصة من لديهم خلفيات تيبوغرافية محددة- أنه من الصعب تصميم صفحة ويب كاملة دون الاعتماد على أية مؤثرات جرافيكية.

- **المدرسة الثانية (التصميم المجازي والموضوعي):**

تتمثل فلصفة هذه المدرسة في جعل صفحات الويب تبدو متشابهة لما تبدو عليه في الواقع، فمثلاً يمكن بناء واجهة موقع عن السيارات على شكل عجلة قيادة، وتميل هذه التصميمات إلى أن تكون مرئية بشكل كبير، ويمتاز هذا النوع بميزتان:

١- يكون الموقع المصمم حسب هذه المدرسة مرئي بشكل كبير، ومرتبط بالواقع، فعادة يكون سهل التذكر.

٢- إن الاعتماد على عناصر بالواقع تجعل الموقع يبدو مألوفاً وسهل الاستخدام.

عيوب هذه المدرسة:

- قد لا يفهم المستخدم التصميم.

- وحتى إذا فهمه قد لا يكون التصميم مفيداً بعد فترة، فالمتمرسون يجدون الواجهات المجازية محدودة كما يجد المستخدمون المنتظمون أن الموقع أصبح مملاً بعد فترة.

- هذا التصميم يميل أن يكون مرئياً بشكل كبير، تكون هذه المواقع عادة أبطأ في التحميل من المواقع الأخرى.

- **المدرسة الثالثة: مدرسة التصميم المعتمد على المستخدم:**

ترى هذه المدرسة تصميم الويب مثل تطبيقات البرامج التقليدية، وتستخدم تلك المواقع عدداً كبيراً من الأزرار النصية المنظمة عبر أعلى ويسار الشاشة لتبدو تماماً مثل التطبيقات، ومن مزايا هذه المدرسة أن المستخدم يعلم كيف يستخدم البرامج كما يعلم من المتوقع من القوائم والأزرار وغيرها، فهذه

المدرسة ثابتة مع ما يعلمه المستخدم، لذا يعد هذا التصميم آمناً للتطبيق ونادراً ما يضايق المستخدم، ويناسب هذا التصميم درجات تخصص المستخدم المختلفة، ويوجد إحساس بالثبات في هذا التصميم، الأمر الذي يعد هو أبـرز عيوب تلك المدرسة، حيث لا يترك مساحة للمصمم كما يحد من إمكانيات التصميم في اختيار الألوان أو الأزرار، حتى اختيار نوع الخط في عناصـر التجول يكون محدوداً، لذا لا يفيد هذا التصميم المصممين كثيراً.

- **المدرسة الرابعة (التصميم غير التقليدي):**

تفضل هذه المدرسة الإبداع وعدم التوقع، والعشوائية في التصميم، وعادة ما تعتبـر الواجهة فرصة غنية للمصمم ليعبـر عن مشاعره، وتعد هذه التصميمات أكثر قوة، وكذلك أكثرها خطورة في الاستخدام، حيث يقاوم التصميم غير التقليدي الثبات في يسـر الاستخدام، فيتساءل أنصار هذه المدرسة: لماذا تعتمد على ما يعرف الجمهور بالفعل؟ ويرون أنه من الأفضل إعطاؤهم شيئا جديداً، وبالطبع تدفع هذه المدرسة المستخدم إلى تعلم واجهات جديدة، وقد يكون المستخدم شغوفاً بالتصميم الجديد، ولكن بمجرد انتهاء هذا الشغف يكون ما يعد جديداً أو غير مألوف ليس بأهمية، وما يعتبـر يسـر الاستخدام وتبتعد المواقع يسـرة الاستخدام أو المرتبطة بإنجاز المهام عن هذه المدرسة، في حين تستخدمها المواقع التي هدفها الأساسـي هو التفاعل مع المستخدم في مستوى عاطفي وفني.

يسـر الاستخدام:

إن تحقيق يسـر الاستخدام أمر ضروري لمواقع الصحف الالكترونية التي تود أن يعاود مستخدموها الرجوع إليها مراراً، ويتوجه يسـر الاستخدام نوح العلاقة بين الأدوات ومستخدميها، فلكي تكون الأداة فعالة، يجب أن تسمح لمستخدميها بتنفيذ مهامهم بأفضل طريقة ممكنة، وتطبق القاعدة نفسها على الحاسبات والمواقع الالكترونية وأي بـرنامج آخر، فلكي تعمل هذه الأنظمة يجب أن يتمكن المستخدم من توظيفها بكفاءة.

ويمكن تبسـيط مفهوم يسـر الاستخدام لينحصـر في سهولة الاستخدام لكن لا يوضح هذا التعريف المختزل متطلبات المستخدم، ولا يصبغ أهداف يسـر

الاستخدام، ولا يحدد الأساليب أفضل لتقويم يسـر الاستخدام، وتعرف "الأيزو ISO " يسـر الاستخدام بأنه إلى أي مدى يمكن أن يستخدم مستخدمون محددون منتجاً معيناً لتنفيذ مهام محددة بفاعلية وكفاءة ورضا في سـياق محدد.

ويمكن فهم مصطلح يسـر الاستخدام من خلال المعاني التالية:

- يسـر الاستخدام يعني التفكير في كيف ولماذا يستخدم الفرد المنتج.

- يسـر الاستخدام يعني التقويم: الذي يعتد على رجع صدى المستخدم خلال تقويم أكثر من اعتماده على خبـرة المصمم وممارسته.

- يسـر الاستخدام يعني أكثر من مجرد سهولة الاستخدام: تعكس مفاهيم الكفاءة الفعالة والاندماج والقدرة على تحمل الأخطاء وسهولة التعلم.

- يسـر الاستخدام يعني التصميم المركز على المستخدم: يكون المستخدم راضياً عندما يركز تصميم الواجهة عليه، فيجد أهدافه، وقدراته العقلية ومهامه ومتطلباته قد قابلها التصميم.

- القدرة على التعلم: أي ما مدى سهولة تنفيذ المستخدم لمهام أساسـية عند تعرضه للتصميم للمرة الأولى؟

- الفعالية: بمجرد أن يتعلم المستخدم التصميم، ما مدى سـرعته في تنفيذ المهام؟

- النفع والكفاءة: أي درجة مقابلة الموقع لتوقعات المستخدم، وما يمكنه من إنجاز أعماله، وتحقيق أهدافه.

- القدرة على التذكر: عند عودة المستخدم مرة أخرى إلى الموقع بعد فترة من استخدامه، فما مدى سهولة استعادة بـراعته في التعامل مع الموقع؟

- الأخطاء: ما عدد الأخطاء التي يقع فيه المستخدم، وما عواقبها، وهل يعالجها المستخدم بسهولة؟

- الرضا: إلى أي مدى يسعد المستخدم باستعمال الموقع ويستحسن محتواه؟

تصميم صفحة البداية (Home Page):

يرتبط مصطلح صفحة الاستقبال مع كثير من المصطلحات الأخرى مثل "واجهة التفاعل مع المستخدم" و "واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم"..الخ، لذلك يمكن التساؤل: ما المقصود بصفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم؟

صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم والتي تسمى أيضاً "واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم" تمثل الحدود بين المستخدم (القارئ) ونظام الكمبيوتر حيث يتفاعل المستخدم سواء كان شخصاً أو مجموعة أشخاص مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل من خلال قناة اتصال.

وتنقسم واجهة التفاعل أو الاستقبال إلى شقين، شق منطقي وشق أخر محسوس، يتعلق الشق المنطقي بالمنطق الذي يتفاعل بها الصحيفة مع المستخدم، ويتعلق الشق المحسوس بكل ما يرى أو يسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة من خلال الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال على انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدى فهمه له ورغبته في استخدامه، ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات وتقديم المساعدات المرئية.

وقد ركزت كثير من البحوث والدراسات على تصميم الشاشات ووضعت لذلك عدة مبادئ مثل الانسجام، البساطة، التشديد، التباين، الثبات، الوضوح، البنية، وراحة المستخدم في تفاعله مع الصحيفة.

ولا يخفى على أحد أن صفحة البداية كما يطلق عليها أحياناً هي بمثابة واجهة الموقع، لذلك يجب الاهتمام بتصميم هذا الصفحات بشكل متميز يجذب انتباه المستخدمين، من خلال استخدام عناصر، وأشكال الوسائط المتعددة، ووسائل متعددة لتدعيم إمكانيات التفاعلية في استخدام الوثيقة، مع مراعاة التصميم

وبساطته، وبناء على ذلك فإنه لا بد من توافر مجموعة من المكونات تتسم بالثبات تقريباً وبضرورة وجودها، ومنها:

١- **كتلة المحتوى:** لا بد أن تحتوي كل صفحة على كتلة حاوية للمحتوى والتي هي جسم الصفحة، وبدون هذه الحاوية لن يكون هناك مكان لوضع عناصر الصفحة، ويمكن أن يكون اتساع الحاوية مرناً أي يمكن أن يتسع ليناسب اتساع نافذة المتصفح أو ثابتاً أي يظل اتساع المضمون بنفس الاتساع بغض النظر عن حجم النافذة.

٢- **الشعار:** حيث تقع اللافتة أعلى الصفحة، وتشمل شعار الموقع أقصى اليسار أو اليمين في حين يوضع صندوق البحث باليمين أو باليسار أو تحت الشعار مباشرة، وأصبحت اللافتات صغيرة الحجم لتزيد من المساحات المخصصة لعرض المضمون، ويعد وسيلة تمكين المستخدم من معرفة أنه يطالع صفحات من نفس الموقع.

٣- **التجول:** إنه من الضروري أن يكون نظام التجول بالموقع سهلاً إيجاده واستخدامه، فيتوقع المستخدم أن يجد التجول بيمين وأعلى الصفحة، وسواء اختار المصمم أن يضع القوائم رأسياً بجانب الصفحة أو أفقيا بطول الصفحة، فعليه أن يضع نظام التجول أعلى التصميم على قدرا المستطاع.

٤- **المضمون:** يعد هذا العنصر الرئيسي بالموقع، ويسميه بعض المصممين بالملك، فيدخل المستخدم الموقع ويتركه في غضون ثوان، فإذا لم يجد المستخدم غايته فمن المؤكد أ،ه سيغلق نافذة المتصفح أو ينتقل إلى موقع آخر، من الضروري وضع المضمون الرئيسي بالمركز البصري للتصميم لكي لا يضيع المستخدم وقتاً في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها.

٥- **ذيل الصفحة:** ويوجد أسفل الصفحة ويحتوي على الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، ويبعض الروابط القليلة للأقسام المهمة بالموقع، ويجب على ذي الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عن نهاية نافذة المتصفح.

٦- **البياض:** يشير البياض بالتصميم الجرافيكي إلى أي مساحة غير مغطاة بحروف أو مواد مصورة، بالرغم من أن المصممين المبتدئين والعملاء يرغبون في ملء كل بوصة بالتصميم بالحروف أو الصور أو الجداول، إلا أن توفير قدر من البياض على الصفحة يعد أمراً مهماً يمثل أهمية توفير المضمون. فبدون التخطيط الجيد لاستخدام البياض تبدو الصفحة مزدحمة وكأن المستخدم أسيرها فيجعل البياض الصفحة تتنفس بإرشاد عين المستخدم عبر الصفحة، كما يساعد في تحقيق التوازن والوحدة بالتصميم.

نماذج تصميم صفحة البداية للصحيفة الإلكترونية:

تستخدم بعض التصميمات بكثرة في مواقع الويب، وبالرغم ممن الاختلافات اللانهائية التي يمكن تقديمها في الإخراج، إلا أن أغلبها يميل إلى النماذج التي سنتعرض لها أحد هذه النماذج بصورة أو بأخرى:

١- **نموذج T.L.B** : هو باختصار Top,Left,Bottom أو Top,Left, Bckup ، ويعتبر هذا التصميم من أشهر أساليب التصميم المستخدمة الآن، ففيه يستخدم عادة أعلى الصفحة لمعلومات عن العلامة التجارية والتجول الأساسي. ما الجانب الأيسر من الصفحة فيحتوي عادة على عناصر التجول الثانوية، وإذا كان الموقع صغيراً سيحتوي الجانب الأيسر على التجول الأساسي، بينما يقتصر أعلى الصفحة على معلومات العلامة التجارية، ولكن ما زال يقسم الصمم الإخراج أسفل رأس الصفحة إلى عمود ضيق باليسار يبلغ ثلث اتساع الصفحة أو أقل، وعمود أعرض باليمين، ويعد هذا التصميم مناسباً لأي موقع، ولكن يعيبه افتقاد المواقع التي تطبقه إلى الإبداع، فقط طبق مرات كثيرة، مما يجعله متشابهاً في كل المواقع التي تستخدمه. قد تختلف الاختيارات الموجودة بالجانب الأيسر وفقاً لنقر المستخدم خلال الأقسام الرئيسية، وهو في ذلك يشبه التصميم المركز على المستخدم، حيث يختار المستخدم القوائم التي تسدل لأسفل مقدمة مزيداً من التيارات، والفرق الوحيد هنا هو مكان القائمة الذي يوجد دائماً في يسار الشاشة، أما أسفل الشاشة فتحتله الروابط النصية التكميلية مثل حقوق النشر، ومعلومات الاتصال. ومن منظور يسر الاستخدام، يعد العيب الرئيسي لهذا التصميم هو شغل جزء من يسار الشاشة، كان من

الممكن تخصيصه للنص، وأحياناً يضطر المستخدم القفز عبر التجول للوصول إلى النص، كما أنه يركز على التجول أكثر من النص، وقد لا يوفر فرصة للتصميم مثلما توفر التصميمات الأخرى. وتصف بعض الأدبيات هذا النموذج بحر L أو حرف L المقلوب، والذي يستخدم كثيراً ف المواقع خاصة الإخبارية والتي تحتاج كمية كبيرة من عناصر التجول ليستطيع المستخدم رؤية المتاح له على الموقع.

٢- **أعلى وأسفل الصفحة:** يوفر هذا التصميم تجولاً أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص، ويناسب هذا التصميم المواقع المعتمدة على النصوص، حيث لا تقلص مساحة النصوص لصالح التجول، وتخصص عادة أعلى الصفحة للعلامة التجارية والتجول الجرافيكي وعناوين الصفحة، بينما تستخدم أسفل الشاشة في إعادة الروابط النصية لتوفر روابط تكميلية خاصة إذا اختفت عناصر التجول بأعلى الصفحة عند تحريكها. والبعض يرى أن هذا التصميم يستخدم في المواقع التي لديها الكثير من المضمون لكن لمدى محدود، فإذا لم يكن الموقع نقاط تركيز محددة أو يقدم خدمات واسعة النطاق، يفضل وضع المضمون وسط الشاشة مع وضع عناصر التجول الإضافية (الثانوية) على الجانبين مكونة شكل حرف T ، وتستخدم عادة عناصر التجول بيسار الصفحة للتجول داخل الموقع، وإذا كانت الصفحة تحتاج التحريك تتكرر عادة عناصر التجول مشكلة حرف I.

٣- **عمود التجول الأيمن:** قد تضع التجول الرئيسي بالجانب الأيمن، وإذا كان من الصعب أن نجد مواقع تستخدم هذا الأسلوب، إلا أنه من الشائع استخدامه للتجول الثانوي، للإعلانات، أو المضامين الفرعية، وحيث تمسح عين المستخدم بالثقافة الغربية من اليسار إلى اليمين، يصبح المضمون الرئيسي أو عنصر يراه المستخدم. وبالرغم من ذلك فإن الدراسات لم تقدم تفسيراً لميل المصممين إلى وضع المضمون الرئيس باليمين، أي إتباع صيغة عمود التجول الأيسر. وإذا أراد المصمم أن يتبع إخراجاً جديداً متميزاً عن باقي المواقع –لكن في نفس الوقت متسقاً مع القواعد وميول المستخدمين- فعليه استخدام صيغة عمود التجول الأيمن.

٤- **إخراج يعتمد على ثلاثة أعمدة:** يرى المصممون أن أفضل طريقة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة هو تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أعمدة: يخصص العمود الأيسر منها للتجول، والعمود الأوسط للمضمون في حين يخصص العمود الأيمن للملامح، وتظهر أهمية البياض في هذا التصميم لمنع ازدحام الصفحة، وتستخدم عادة المواقع هذا النوع بالصفحة الرئيسية فقط مع توفير قدر مناسب من البياض يسهل حركة العين.

الفصل السادس

المدونات ومواقع التواصل الإجتماعي والإعلام

الفصل السادس

الـمدونات ومواقـع التـواصل الإجتمـاعي والإعلام

المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية

أدى ظهور الانترنت في مطلع التسعينيات مـن القـرن العشـرين إلى إحـداث تغـيرات مهمـة في خريطـة الإعـلام العـربي وأفسـحت المجـال إلى تعدديـة إعلاميـة افتراضـية سـاهمت في تطـوير أسـاليب الاعـتماد عـلى الوسـائل الإعلاميـة التقليديـة وأتاحت لفئات وجماعات أخرى خارج النخب الحاكمة لإسـماع صـوتها عبـر مواقـع عـدد مـن الصـحف الافتراضـية الجديـدة والمواقـع الإخباريـة والمنتـديات والقـوائم البـريدية والمواقع الشخصية لـبعض السـياسـيين ورجـال الـدين والاقتصـاد والأفـراد المهتمين.

من أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت ظاهرة المدونات التي تتيح للفرد العادي المستخدم للانترنت أن يكون صحفيا وكاتبا ومنتجـا للمعلومـات وقـادرا عـلى إسماع صوته للآخرين متجاوزا قيود وموانع الوسائل التقليدية.

اكتسبت ظاهرة المدونات " البلوجز " زخـما كبـيرا مـع تطـور تقنيـات الإعـلام الجديد ، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشـعبي ، كـما أثـارت جـدلا مسـتمرا بـين المعنيـين مـن السـياسـيين والإعلاميـين والأكـاديميين والمختصـين والمهتمين باعتبارها " صحافة بديلة " أو أنها منفذ جديـد للتعبـير الحـر دون رقابـة ، كما أثارت نوعا من الشك في أن تكون سببا في التفتيت وإثارة النعرات الطائفية.

أولا : في مفهوم المدونات : Web logs

- جاء في المعجم الوجيز دوّن الـديوان أي أنشـأه ، وجمعـه ، ودوّن الحـديث أي جمعه ورتّبه.

- المدونات كمصطلح تتكون من مقطعين (ويب Web) أي الشبكة الدولية للمعلومات ، و (لوج Log) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معنا سجل التدوين.

- **المدونة** : هي صفحة انترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام ، مؤرخة ، مرتبة ترتيبا تصاعديا أو تنازليا وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة ، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت ، وتعطي الحق للقراء من التعليق مباشرة أو عبر البريد الالكتروني الخاص بالمدوّن.

- للمدونة تعريفات مختلفة حسب نوع الحقول المعرفية حسب الباحثين ومن ذلك :

- **تعرّف شبكة مايكروسوفت المدونات بأنها :**

- " صحف ويب شخصية ، يتم تحديثها باستمرار ، وتساعد الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقية ، وتزيد من قدرة الناس على التشارك في الأفكار والمعلومات على المستوى العالمي "

- **يعرّف موقع Accenture المدونات بأنها :**

- " مواقع ويب تفاعلية تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات ، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان "

- **تعرّف شركة تكنوراتي المتخصصة في محركات البحث بأنها :**

- " صحيفة شخصية على الويب ، تسمح لملايين الناس بالنشر السهل لأفكارهم والتعليق على ذلك ، وهي سهلة مرنة وديناميكية أقرب إلى المحادثة من الأرشيف "

- كلية هارفارد للقانون تعرف المدونة بأنها :

- " سلسلة هرمية مرتبة من النصوص والصور والعناصر الإعلامية ، والبيانات المرتبة زمنيا ويمكن قراءتها على الويب ، والترتيب متتابع ولكل منها عنوان منفرد ورابط ووصف مختصر لها "

ومن التعريفات العامة :

- " أن المدونة موقع انترنت شخصي يتضمن شكلا من أشكال اليوميات العامة ، يديرها في الغالب شخص واحد أو أكثر ، وهناك مدونات لجماعات ، ومؤسسات ، وشركات تتضمن قائمة بالأفكار والروابط.

- بوجه عام فقد استقر غالبية المدونين العرب على تعريب المصطلح (Blog) من الانجليزية على مفرد ، (مدونة) التي تعبر عن التدوين أو التسجيل على صفحات الانترنت التي ينشئها أصحابها لتسجيل يومياتهم وملاحظاتهم وآرائهم وخواطرهم على شكل يوميات أو مذكرات.

ثانيا : في النشأة والتطور

- يعود مصطلح Web Logs إلى مدّون أمريكي اسمه " جون برجر Jorn Barger " الذي ابتكره في ديسمبر عام ١٩٩٧ لوصف عملية التسجيل على صفحات الويب.

- كلمة Blog ، فقد ظهرت على يد الأمريكي " بيترمير هولنر " عام ١٩٩٩ الذي كتب مصطلح Web Log في موقعه لأول مرة ، كما دخلت كلمة Blog باللغة الانجليزية مشتقة من كلمتين " Web + Log " في قاموس " ويبستر واكسفورد ".

- أما مخترع الويب فهو " Tim Burners' Lee " وذلك بالاحتفاظ بقائمة يتم تحديثها باستمرار التي تضم كل مواقع الويب الجديدة بمجرد ظهورها.

- في عام ١٩٩٣ بدأت " نيتسكيب " في إظهار ما أسـمته(مـا الجديـد What's New) على بـرامج التصفح الخاص بها.

- شهد عـام ١٩٩٤ قيـام (جاسـتن هـال Justin Hall) بـإطلاق موقـع يقـدم روابط للمواقع غير المعروفة.

- في عام ١٩٩٧ قدم " ديف وينر Dave Winer من خلال شـركته " يوزر لاند User Land " عددا من البـرامج الخاصة بمحتوى المواقع والمدونات مثل:

Radio User Land ، Manila ، Frontier

- في عام ١٩٩٧ دشن Jorn Barger مصطلح المدونة Web Log.

- في نوفمبـر ١٩٩٨ نشـرت " كاميرون باريت Cameron Barret " أول قائمـة بمواقع المدونات على موقع Cam Word.

- في بدايات عام ١٩٩٩ ، دشن بيـتر ميرهـولز مصـطلح التـدوين Blog وهـي اختصار لكلمة Web Blog أي Blog فقط.

- في عـام ١٩٩٩ أيضـا أنشـأت بـريكتي آيتـون Brigitte Eaton أول بوابـة الكترونية مخصصة للمدونات على الانترنت ضمت نحو خمسين مدونة.

- وفي نفس عام ١٩٩٩ ، أطلقت شـركة " بيتـاس Pitas " أول بـرنامج مجـاني لإنشاء المدوّنات الشخصية.

- في أغسـطس ١٩٩٩ ، أطلقـت شـركة مختبـرات بـيرا Pyra Lats في سـان فرانسـيسكو موقـع وبـرنامج التـدوين الأشـهر والأكـثر اسـتخداما Blogger.com ، الذي ساهم في انتشار التدوين بـين مسـتخدمي الانترنـت من خلال أدوات سهلة ، حيث بلغ عدد المسجلين عليه عام ٢٠٠٢ نحـو ١،١ ملبون مستخدم ، وبلغ عدد المدونات النشطة عـلى الموقـع نحـو ٢٠٠ ألـف مدوّنة ، وهو ما دفع شـركة جوجل إلى شـراء الموقع عام ٢٠٠٣ الذي أحدث انطلاقة هائلة في المدونات وبخاصة في الحـرب عـلى العـراق عـام ٢٠٠٣ وفي

الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٤ وهو ما زاد من وعي الجماهير بالمدونات التي أصبح عددها بالملايين وهو ما شجع الصحف الكبرى والإذاعات الدولية والمنظمات الدولية إلى إنشاء مدونات على مواقعها وتنظيم مسابقات دولية لاختيار أفضل مدونة.

ثالثا : سمات وخصائص المدوّنة :

- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الالكتروني.
- المدونات بداية ثورة جديدة في صناعة النشر.
- قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجانا.
- لا تحتاج المدونات إلى تصريح للنشر.
- تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاق جديدة واسعة.
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.
- المدونات نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.
- ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم " الصحفيون المواطنون Citizen Journalists "
- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.
- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني.
- المدونات نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد والقائم على المؤسسات الإعلامية.

- تختلف المدونات في بعض الأحيان عـن وسـائل الإعـلام الأخـرى عـلى شـبكة الانترنت كمواقع الويب والمنتـديات وجماعـات الأخبـار والبـريد الالكـتروني لأنها تهتم بالتاريخ والتوثيق.

- المدونات اكبـر من المنتديات وساحات الحوار لأنها تحول الأفراد مـن مجـرد في الخبـر والمعلومة إلى منتج وصانع للأخبار والمعلومات.

- لذلك أصبح المدونون صناع الإعلام الجديد وهو رقم مهـم في الإعـلام الـدولي وعالم الانترنت.

- **من هو المدونون ؟**

- هم مؤرخو العصـر ، الذين يوثقون أدق التفصيلات.

- هم شـرائح من الرجال والنساء المشتركين في خدمات التدوين.

- هم الصناع الجدد للإعلام أو الإعلاميون الجدد.

- هم رقم مهم في عالم الانترنت والإعلام الدولي.

- هم اليوم مراجع مفيدة لكبـريات الصحف العالمية والفضائيات.

- هـم الصـحفيون المواطنـون Citizen Journalists أي هـم غـير الصـحفيين المحترفين ، أي أنهم يجتهدون في جمع ونشـر الأخبار.

- هم مواطنون عاديون ليس شـرطا أن يكونوا مؤهلين في الإعلام.

- هم صحفيون ليس لديهم تصـريح رسمي كالصحفيين العاديين.

- هم مرسلون جماهيريون على أساس أن رسائلهم تصل إلى عدد غـير محـدود وغير معروف من الجماهير.

سمات مضمون المدونات

- بعض المدونات تهتم بالسرد لليوميات والمشاهد والخواطر.
- بعض المدونات تسمح للزوار بإضافة التعليقات والآراء.
- المدونات شخصية مجانية لا تستهدف الربح وقد تكون مدعومة بعض الأحيان.
- المدونات تسمح للإعلانات كمصدر للتمويل والربح.
- تشبه المدونات مواقع (الويكز Wikis)
- هي مواقع جماعية مفتوحة تتمن أعمالا يتم تحديثها ، وإعادة تحريرها من قبل أشخاص كثيرين.

أنواع المدونات حسب المضمون

- يصنف ديرستاين المدونات في خمسة أنواع :

١- المدونات الشخصية للأخبار والآراء ، وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملية التواصل الإخباري المتعلق بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.

٢- مدونات الأخبار والتعليقات ، وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.

٣- مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.

٤- مدونات المال والأعمال والمهنية ، وتشمل مدونات المديرين ومساعديهم.

٥- المدونات المؤسسية الداخلية لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

- سمات جمهور المدونات :

- جمهور غير محدد وغير معروف القائم بالاتصال أو صاحب المدونة.
- جمهور قادر على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة وفي مساحة مفتوحة.
- هذه العلاقة بين الجمهور وأصحاب المدونات تساعد على تشكيل مجتمعات افتراضية متوافقة في الفكر والرأي.
- يرى " Kaye " أن جمهور المدونات يشبه إلى حد كبير المستخدمين الأوائل لشبكة الانترنت في السمات الأساسية وهي :

" معظم الجمهور من الذكور ومن العرق الأبيض ، ومن ذوي الدخل المرتفع ، ومن المستوى التعليمي العالي "

- ولذلك يرى " Kaye " أن ذلك ضعف في النظام الاتصالي عبر المدونات ولا يجعلها وسيلة إعلام جماهيرية.
- ومن سمات هذا الجمهور أن له قنوات أخرى غير المدونات وغير خاضعة لوسائل الإعلام التقليدية.
- يرى " ناردي " أن جمهور المدونات وفقا لمعرفتهم بالمدون وهما :

١- **جمهور المدون الخاص** : ويشمل معارف وأصدقاء وعائلة المدون.

٢- **جمهور المدون العام** : وهو الذي يستطيع الوصول إلى المدونة من خارج العائلة والأصدقاء.

خصائص المدونة بوجه عام

تتميز المدوّنة كوسيلة للاتصال بما يلي :

- يتم إنشاؤها وإدارتها من جانب شخص أو مجموعة صغيرة.
- لا تستطيع الحكومة أو الشركات الكبرى احتكار المدونة مثل وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الويب.
- يمكن إخفاء اسم صاحبها ولذلك فهي تمتلك حرية في التعبير اكتر من غيرها.
- تهتم بأخبار صاحبها في مختلف الأحداث والقضايا الخاصة والعامة وتعتمد على الوسائط المتعددة التفاعلية ويمكن أن تكون صحيفة متكاملة.
- تأخذ شكل اليوميات المرتبة زمنيا وحسب فئات بسيطة.
- يتم تصميمها من خلال أدوات تفاعلية محددة تتيح للزائر التصفح بيسر والتعليق عليها والانتقال إلى مواقع أخرى عبر روابط الويب فهي تأتي في شكل نصوص مفهرسة.
- لها معايير شبه دولية نتيجة استخدام طريقة شبه موحدة عالميا في الإنشاء والإدارة والتصميم.
- تتسم بحرية أوسع في التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والأسلوب الذاتي لصاحبها.
- وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية وبخاصة في الدول التي لا تسمح بالتعددية السياسية والإعلامية.

المدونات في الوطن العربي :

- الثابت أن معرفة العرب بعصر المعلومات وتقنياتها كان سريعا إلى حد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.

- بدأت المدونات العربية بوجه عام في مطلع عام ٢٠٠٣ مع الغزو الأمريكي لدولة العراق من ذلك :

١- حوليات صاحب الأشجار ، وسردال ، وطي المتصل ، وطق حنك وغيرها من المدونات التي تبث من داخل وخارج الوطن العربي.

٢- يعد عام ٢٠٠٦ عام انفجار النشر على المدونات في الوطن العربي وأصبحت تمثل ظاهرة إعلامية جديدة بالرغم من نسبتها القليلة بسبب ظاهرة الخوف من التعبير الحر.

٣- تتوزع المدونات بشكل غير متساو على الدول العربية ، وتأتي مصر في المرتبة الأولى ، يليها السعودية ثم الكويت والمغرب.

٤- غلب على المدونات العربية الطابع السياسي بالرغم من أن المدونات بدأت في دول الخليج وبخاصة في الكويت والبحرين.

٥- أول موقع تدوين في الوطن العربي (كويت ، بلوغ) وذلك بسبب المستوى المعيشي المرتفع ورغبة في التعبير الحر.

٦- بالرغم من النشأة الخليجية للمدونات العربية إلا أن المدونين المصريين هم الذين أعطوا للمدونات زخما وحيوية في الوطن العربي.

٧- اتخذت المدونات العربية طابعا يتناسب مع الأقطار العربية وحسب جهاد الخازن في زاويته في الحياة الدولية فان المدونات المصرية صورة حية ومثيرة للعنف الرسمي في مواجهة المتظاهرين وفي العراق تعكس حالة المجتمع ، وفي الأراضي الفلسطينية تهتم بالمواجهة مع سلطات الاحتلال ، وفي السعودية إجماع على مشكلة واحدة وهي مقص الرقيب ووحدة خدمات الانترنت.

عوامل انتشار المدونات في الوطن العربي

- التطور التكنولوجي الهائل وتدفق المعلومات.
- غياب المنافذ الإعلامية للتعبير لجميع الآراء والمستويات.
- سهولة استخدام اللغة العامية بين الشباب.
- اهتمام وسائل الإعلام العربية بالمدونات ودورها.
- اهتمام كبار الكتاب بالمدونات ومتابعتها.
- القبض على بعض المدونين واعتقالهم في بعض البلاد.
- مشاركة أصحاب المدونات في المسابقات الدولية.
- اهتمام المدونين بالإصلاح السياسي والاجتماعي.
- وأخيرا الأوضاع السياسية للأنظمة العربية وانحسار الديمقراطية.
- سوء الأوضاع المعيشية.

قدمت النظريات والدراسات الإعلامية كثيراً من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام الاجتماعي ودائرة التأثير، ومنها نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترَف بها.

ووفّر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبـرى للتأثير والانتقال عبـر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشـر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبـراء الاتصال.

وإن الخبـرة والتسهيلات الجديدة التي وفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السـياسـي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشـرين.

لذا فإن حركات الإصلاح والتغيير في عالمنا العربي والإسلامي مدعوة اليوم إلى الاستفادة من ثورة الإنترنت إلى أقصى الحدود، في مجالات التنظيم والإدارة والاتصال والإعلام والنضال السـياسـي وغير ذلك من جوانب معترك الحياة، فهل نستوعب المدلول التاريخي لثورة الإنترنت؟.

وإسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين "التونسـية والمصـرية" تقوم وسائل الإعلام وَفْق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسلة، للتأثير على القطاعات المستهدَفة من الجمهور، وتدعم الرسائلَ الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عن طريق المعلومات والأفكار، وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة

للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معيَّنة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيتها إعلامياً وجماهيرياً، ثم حثُّ الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبنِّي الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية. اذن من يصنع التغيير: إن السؤال الذي يجب الإجابة عنه بعد تكرار المشهد التونسي في مصر وتوسع "اطلس الانتفاضات الشعبية العربية" هو: هل تلعب وسائل الإعلام، دوراً داعماً في التغيير الاجتماعي عن طريق تقوية المجال الجماهيري؟.

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وابرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وانذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

استخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الإجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والإجتماعية والإقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن. وتخطت تلك الأفكار الرافضة للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي الوطن العربي.

واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقة والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لايمكن اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحولات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة. ولهذا سيعتمد بحثنا على المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الاشكال الإمبيريقية لمواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على نماذج الاتصال، لفهم الظاهرة كحقل تتفاعل فيه التقنية

والتواصل كعملية اجتماعية معقدة، وايضاً من منطلق مقاربة خصوصيته كممارسة إعلامية، أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تعمل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. وتستعرض الدراسة مجموعة من التعريفات، وتحليل الرؤى النظرية التي اتيح للباحثة الاطلاع عليها، التي يتم تداولها لدى المتخصصين في هذا المجال. ونصل بعد ذلك الى جملة من الخلاصات لمجموعة الرؤى المطروحة عن مواقع التواصل الاجتماعي وعن مداخل فهمه.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكّس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

الإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل".

وتشير ايضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع".

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها".

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت, فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض, اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته". ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام الآتية:

١- شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

٢- تطبيقات قائمة على الادوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الاجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

٣- انواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبـرامج" التي اضيفت اليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن ان نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسـيما فيما يتعلق باعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشـرين, فإن الاعلام الشخصي والفردي هو اعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي ايصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

مداخل نظرية لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السـياقات الاقتصادية والسـياسـية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي "الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السـياسـية والديمقراطية التي وفرت سنداً نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال, وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسـياسـية وغيرها, بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الاعلام الجديد:

فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية "مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاط في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل". "وإن وجود المؤسسات النيابية على المستوى القومي ليس كافياً للديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث تنشئة اجتماعية أو "تدريب اجتماعي" على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسنى تطوير الاتجاهات والصفات السيكولوجية الضرورية. وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها".

وتطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم New Media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقا من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي. ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس إنطلاقا مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقا من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة.

كما أن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائلة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضا لثقافة إتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الإجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع ويعدّ مواقع التواصل الاجتماعي، او إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة".

ويعبر وينجر وزملاؤه عن هذه الفكرة كالتالي: "مجتمعات الممارسة عبارة عن جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة". ولقد أظهر تحليل تأثير تكنولوجيات الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل ايضاً في الفضاء الاليكتروني وتسمى "المجتمعات الافتراضية.

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بثّ معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.

وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البُنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها. وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البُنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشُّكل. كما أن المنطلقات الفلسفية

للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت، جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط - وقد أكد Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام. وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي:

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.

ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

ويعدّ المدخل، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلاً أو مستقبلاً. وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.

وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الدوافع التالية لاستخدام الانترنت:

١- كبديل عن الاتصال الشخصي.

٢- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.

٣- تعلم السلوكيات المناسبة.

٤- كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.

٥- المساندة المتبادلة مع الآخرين.

٦- التعلم الذاتي.

٧- التسلية والأمان والصحبة.

ويحصر مدخل نيغروبونتي Negroponte الميزات التي يتحلى بها الاعلام الجديد في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الاجهزة مع بعضها البعض, ويلبي الاهتمامات الفردية Individual Interests والاهتمامات العامة, أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالاعلام القديم. والميزة الاكثر أهمية, هي أن هذا الاعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعا.

ويشترك فين كروسبي مع نيغروبونتي في الافكار نفسها، ويعقد مقارنة بين الاعلام الجديد والقديم عن طريق النماذج الكلاسيكية, ابتداء من اول نموذج اتصالي بين البشر, الاتصال الشخصي, وله حالتان تميزانه:

النموذج الاول: الاتصال الشخصي

١- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

٢- يحمل المحتوى ترميزا يؤكد حالة الفردية التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى.

٣- التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية, مما جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة الى اخرى او من فرد لآخر One-to-one.

النموذج الثاني: الاعلام الجديد ويتميز حسب كروسبي بما يأتي:

١- يمكن للرسائل الفردية ان تصل في وقت واحد الى عدد غير محدود من البشر.

٢- ان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الاسهام المتبادل نفسها.

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال فى اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التى توفر رجع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسين هما:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

وبرزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وايديولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

مواقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي

اصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة إفتراضية، نتحدث عبر غرف الحوار والدردشة، بدون حدود وبدون تاريخ، ونتعامل مع هذه الفضاءات بعدّها أمكنة، ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل اساسها. ويعدّ المكان الإفتراضي مصطلحا حديث التداول الفكري، "ويقصد به كل ما له صلة بالفضاء التخيلي، بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنلوجيات الإفتراضي وبشقه الإعتباري، يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى".

ومن بين مزايا المكان الإفتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الإفتراضي نصبح لا نخشي شيئا بحكم عدم مقدرتنا على تملك الإفتراضي بإعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الإنترنت كفضاء إفتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف إمتلاكها.

ومن الخصائص البارزة للإنترنت، تتجلّى في قيام نظام الإنترنت، على معادلة زمنيّة تجمع في الوقت ذاته، السرعة اللّحظيّة، وسرعة الطّواف، وهذا ما عنه

البعض بالزّمن العالمي الذي هوّ بمثابة الزّمن العابر "للحدود بين القارّات والمجتمعات واللّغات عبر طرقات الإعلام المتعدّد، التي تنقل الصّور والرّسائل بالسرعة القصوى من أيّ نقطة في الأرض إلى أيّ نقطة أخرى"، ويقابل هذا الزمن، ما أسماه الدكتور عبد الله الحيدري" بالزّمن الميدياتيكي"، وصورة ذلك هوّ أنّ حياة الفرد اليوم ظلّت متصلة اتصالا لا فكاك منه بوسائل الإعلام والاتصال الإلكترونيّة إلى حدّ تفكّك الرّوابط الحميميّة الأسريّة والاجتماعيّة الأخرى.

فالزمن الميدياتيكي هوّ الزمن الذي نحقّقه في صلاتنا المستمرّة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفرادا اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمنا وسائطيّا لاعتمادنا، في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل، على تقنيات الإعلام والاتصال، ويحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين، مستهلكين ومنتجين للصّناعات الإعلاميّة المتدفّقة بأقدار لم يشهدها تاريخ صناعة المضامين، كلّ مجتمع ينتج تمثّله للزمن عن طريق الأنشطة التي يقوم بها، في المقابل كل مجتمع تقوده منظومة القيم الميدياتيكيّة إلى بناء تمثّله للزّمن.

ويتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات الآتية:

١- المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعيّة بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً اشخاصاً لم يعرف كلّ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إليكترونياً.

٢- لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضيّة، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضيّة على مدار الساعة.

٣- ومن سماتها وتوابعها أنّها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. هذه المفارقة يلخّصها عنوان كتاب لشيري تيركل "نحن معا، لكنّنا وحيدانً/ وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟ فقد أغنت الرسائل النصيّة القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاك بيري عن الزيارات. من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد

بينما ينهمك كلّ فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرّد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.

٤- لا تقوم المجتمعات الافتراضيّة على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

٥- في المجتمعات الافتراضيّة وسائل تنظيم وتحكّم وقواعد لضمان الخصوصيّة والسريّة، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

٦- أنّها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرّد والثورة - بداية من التمرّد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

٧- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهويّة التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهويّة على الهويّة الوطنيّة أو القومية بل يتجاوزها إلى الهويّة الشخصية، لأنّ من يرتادونها في احيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب.

جدلية قيم حتمية تقنية الاتصال والمجتمع

يكمن النظر للتغير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاثة مسارات. أولهما، ما يعرف "بالحتمية التقنية"Technological Determinism. وثانيهما، ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية"Social Determinism، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين "في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال"، مع احتمال "حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي"، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة.

وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس "أنّ القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها.

واشتهر في هذا الاتجاه، الأمريكي لزلي وايت". وقدم وايت الطرح التالي: "إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافيا بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعيا بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماع/ التقنية".

"وتعدّ وسائل الاتصال عنصرا أساسا في المجتمع، لكن النظر إليها على أنها أساس عملية التغير الاجتماعي ينقلها إلى دائرة "الحتمية"، وهذا ما رفضه علم الاجتماع المعاصر. وتؤدي الثقافة اللامادية، كالإيديولوجيات السياسية والاجتماعية إلى تغير واسع في حياة المجتمع، أكثر من تأثير الثقافة المادية في بعدها التكنولوجي، ولكن يصعب قياس هذه التغيرات "التغير المادي واللامادي"، مما أدى إلى إطلاق النظرة النسبية".

ثم ظهر مفهوم الحتمية المعلوماتية في بداية الألفية الثالثة، إذ "لم يعد يقاس مدى تقدم الدول، على أساس نتاجها القومي، بل: إجمالي نتاجها المعلوماتي القومي". وأهم المفكرين في هذا، هو سكوت لاش عالم الاجتماع، إذ اهتم بالتغير المعاصر في عصر "ما بعد الحداثة"، ونبه إلى تناقض عصر ما بعد الحداثة، لأنه يفرض على الإنسان صعوبة العيش فيه دون أدواته الاتصالية التي تربطه بالمجتمع. فمثلاً، "لا نستطيع العمل من دون هاتف نقال، أو الحاسوب،...". أي أشكال تقنية للحياة الاجتماعية. ويؤكد سكوت لاش "انه تصبح لإشكال الحياة خصائص جديدة عن طريق العمل بالتكنولوجيا، واهم هذه الخصائص: هي أن "تتسطح أشكال الحياة، ويتفاعل كل شيء عن طريق وسائل الاتصال".

ولا يمكن القول إن عوامل التغير يمكن تعليلها بعامل وحيد، إذ يبين الواقع تساند عوامل عدة، "اقتصادية، وتعليمية، وأيدي عاملة، وجغرافية، وتكنولوجيا، وقادة مخلصون، وإعلام مسؤول، وإيديولوجيا موجهة". تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغير. لذلك يصعب تحديد العامل الفاصل في التغير، بشكل ديناميكي عبر الزمن. "ولكن نستطيع القول أن الثقافة فقدت السيطرة على المجال التقني، وتحولت إلى أداة تطوع ما تفرضه هذه التكنولوجيا من متطلبات. ويبرز ذلك في تقليد "الحتمية التقنية" ثم لاحقاً في "الحتمية الإعلامية"".

يُعدّ التحوّل عبـر التطوّر التكنولوجي هوّ جوهر الإعلام، ومايبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النّظر في أمر ما يسمّيه ماكلوهان بالحتميّة التكنولوجيّة. اذن مفهوم الاعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل.

ويبدو مفهوم الاعلام البديل, من الافضل اعتماده Alternative Media اذ يستقي دلالته من جمهوريته، فالجمهور اتخذوا مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً عن الوسائل الإعلامية التقليدية: ويقصد بها "الموقع الذي يمارس فيه النقد. وتولد أفكاراً وطرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين إفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة"، "ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري". وينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والإستقلال عن كل الإلتزامات الأيديولوجية أو الإقتصادية القائمة دون أية قيود وهو ما يشير إلى أن الإعلام البديل هو حصيلة مواقف فكرية، تعمل بالإعتماد على قاعدة التشكل الذاتي. وبعيدا عن النظرة القيمية، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الإتصالية والإعتراف بها بحثيا وتأطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية التى تشقها العديد من الإفرازات ومنتجة لسلطات رمزية خصوصية

أما عند "جمعية النشـر البديل" الأمريكية، فإنها تشير إلى معايير ثلاثة يمكن عن طريقها تمييز ما هو بديل عن ما هو سائد ومهيمن من الإعلام:

١- يجب أن لا يكون المنشور ذو صبغة تجارية.

٢- يجب أن يتجه إلى تقديم عنصر المسؤولية الإجتماعية أي خدمة الصالح العام.

٣- على الناشـر أن يقدم نفسه بإعتباره ناشـرا يعبـر عن تيار الإعلام البديل.

عن طريق هذه المعايير في توصيف ما هو إعلام بديل نستشعر أن دعاة هذا التوجه يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي. يمكن عن طريق ما تبين إستدراك أن الإعلام البديل يقدم نفسه بشكل مثالي ويتسم بالنقاوة الفكرية والأيديولوجية. وهكذا يمكننا إعتبار أن الإعلام البديل كان وراءه المواطن العادي أو المواطن الذي يحمل بديلا راديكاليا وثوريا كما هو الحال مع المدونات عبارة عن إعلام مضاد للمشهد الإعلامي السائد.

ويسعى الإعلام البديل للتوصل الى حلول سـياسـية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردها الثقافي. وعلى الرغم من تنوع الآراء في استكشاف قدرته، فان ما يطلق عليه ليدبيتر "التفاؤل المقاتل" مطلوب، لان الابداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري، وليس امامنا الا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وأنه مازال يتطور ويتغير للافضل. ومن هنا فان مضمون الإعلام البديل هو تجريب "سـياسات الأمل.

ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني، فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديموقراطية وتقديم هويات عدة، وافكار جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، ويمكن ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية.

وتقول ماكروبي أن "الإعلام البديل سـياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسـياسـيين غاضبين الى ناجحين.

ويمكن تحديد الاعلام البديل "الاجتماعي" "كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتّصال". ويبدو أنّ الاعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الامكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتّصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل.

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للاعلام البديل الفعلي الى مستويات عدّة:

١- البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الاتّصال".

٢- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

٣- أنماط معالجة اعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

٤- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً باللاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً.

٥- لكلّ محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل.

ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمّشين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وايضاً رهاناً استراتيجياً، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لِكُلّ فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار مابين الثقافات والاثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

وعلى الرغم من ذلك يفتقر الإعلام الى الوضوح، بالنسبة الى مجاله ومداه، ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة، وكما يؤكد امبرتو ايكو: "في كل قرن، تعكس الطريقة التي تقوم عليها الاشكال الاعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع". وقد يعني هذا ان اشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى "الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة".

ويحاول "الاعلام البديل" التركيز على حرية الرأي والتعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل إيجابي انفلتت أفكاره ومواقفه من سلطة الرقابة، عبر هامش الحرية التي يخلقها هذا الفاعل أو عن طريق مقولة "مجال اللايقين".

ويقود الإعلام البديل ظاهرة إبراز الحقائق، وتتشكل الاجندة الإعلامية، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها. ولهذا يتوجب من المجتمع المدني بذل جهود كبيرة ليكون جزءاً من الاحداث، فيغري الإعلام ويخيف الحكام، وإعادة الأمور إلى نصابها ليست مستحيلة. وعندما نتحدّث عن الانترنت وعن الثورة الاتصاليّة وعن كيفيّة استثمارها وتوظيفها من قبل مكوّنات المجتمع، فإنّنا نتحدّث بالضرورة عن

الصحف الالكترونيّة والمدونات ومواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وغيرها من التطبيقات، والتي لم تعدّ تنتظر الحصول على التأشيرة الحكوميّة ولم تعدّ القيود القانونيّة عائقا أمام تحرّكاتها، بل أصبحت تشكّل أهم مجال لتجاوز الخطوط الحمراء. ونظرا لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلّعات الفئات المهمّشة تشهد مواقع التواصل الاجتماعي تزايد في عددها وعدد مستعمليها، وأسهمت في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها.

وتم ازالة الحدود والصراعات السياسية الكثيرة على يد الإعلام البديل، وأهم إنجاز في الإعلام البديل هو الاهتمام بحق التعبير، مما ادى الى استثارة غضب الكثير من الحكومات العربية، وأصبحت تضع في حساباتها هذه الوسيلة. فتداول الأحداث ذات التوجه السياسي أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات أو التراجع عن قرارات بسبب الاحتجاج الجماهيري. ويوجد اصناف لمستعملي، "المتلقين او الجمهور"، الإعلام البديل:

الصنف الأوّل: وتمثله الطبقات الشعبيّة المهمشة والذين يستعملون في العادة الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية كإعلام بديل لها، ولما يوفره لهم من حصانة وعدم المسائلة القانونيّة لأنّ عمليّة تناقل النكت والإشاعات لا تتضمّن اسم منتجيها، فضلاً عن إمكانية تحويرها من متقبّل إلى آخر، ونصبح لا نميّز بين الراوي والمنتج.

الصنف الآخر: وتمثله فئة النخب سواء أكانت منتمية للأحزاب السياسية أو لمنظمات المجتمع المدني أو كانت مجرّد شخصيات مستقلّة. ونظرا لامتلاكها المستوى التعليمي والموقع الاجتماعي المتميّز فإنّ إعلامها البديل يكون عادةً أكثر تطوّراً وأكثر انسجاماً مع مستحدثات المجتمع الذي يعيشون فيه، لاسيما وأنّهم يشكّلون الركيزة الأساس للمجتمع المدني.

الصنف الثالث، ويتمثل في فئة النخب الشبابيّة المهمّشة أي أصحاب الشهادات وخرّيجي الجامعات. وعرفت شكلين من التهميش، تهميش السلطة لها والمجتمع المدني وذلك لحرمانها من المواقع الاجتماعيّة المرموقة سواء داخل المجتمع أو داخل المجتمع المدني.

وأصبح الحديث عن قضايا الشأن العام لا يستقيم دون تفكيك آليات تشكل المجال الإعلامي، فالتعرض لمشاكل الناس محليا ودوليا هو كلام عن كيف نحاور الأنا والآخر، ولكل شخص الحق في تأسيس اعلامه. "وإن تحولات الإعلام العربي متعددة الأوجه ولاسيما الثقافية والسياسية وعلى أمل أن تتحول تدريجيا إلى هاجس فكري ذي صلة بقضايا تحديث المجتمع وليس فقط الوقوف عند دائرة التوظيف الحيني. إذ اصبح السياسي يفرد أهمية في إدارته للشأن العام لقيمة الإعلام، وكذلك عند فئات مجتمعية أخرى، ويعدّ هذا عنصر حيوي يجعلنا ندخل في حلقة جديدة إسمها تواصل الأفكار بين الناس وصاحب القرار وذلك بغض النظر عن وجاهة أو ضعف تلك الآراء. إن تحويل قضايا الشأن العام إلى هم يومي على واجهة وسائل الإتصال مرحلة مهمة لأي إمكانية للتغيير". "ويؤدي عرض الأفكار حتماً للتعدد، والتعدد هو طريق التواصل والحوار بين الناس. وأصبحت شيئا فشيئا توجد رغبة ربما تبدو محتشمة لإعلان قضايا خلافية في المجتمع للعموم، وهو مدخل الديمقراطية والجدل الإجتماعي الذي يمكن عن طريقه القيام بالإصلاح والمصالحة بين النظام السياسي ورعاياه من زاوية تواصلية إعلامية، وأننا اليوم وإذا ما أردنا أن نفهم علينا أن لا نكون متفرجين بل أيضا ناقدين:

وبالنسبة للعالم العربي الذي كان ولازال يشكو منذ مدة طويلة من تحيز الإعلام الغربي ضده ومن عدم قدرته على إيصال صورته الحقيقية إلى تلك المجتمعات الغربية فإنه لم يعد أمامه أي عذر يمكن ترديده، فشبكات الإنترنت فتحت المجال أمام الجميع لوضع مايريدونه على الشبكة ليكون متاحاً أمام العالم لرؤيته. المهم أن يكون هناك استعداد حقيقي للإستثمار في هذه الوسيلة والأهم من ذلك استثمارها بالشكل السليم والمناسب.

ثقافة التغيير والثورات العربية

إن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية اسهم في التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظير والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعّالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية.

صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير، وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة، يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير، والإعلام إنما هو أداة من مجموعة

أدوات. ويقول ميشيل فوكو إن الثورة الإيرانية انتشـرت بشـريط الكاسـيت، ولم يقل إن شـريط الكاسـيت "الذي كان في حينه إعلاما بديلاً" هو الذي صنع الثورة! لذلك إن هذه الإرادة بدون وسائل الإعلام الجديد قد لا تساوي شيئاً، والعكس صحيح! فما جرى هو نتاج عوامل تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييرا بأسلوب لم يعهده عالمنا العربي من قبل، وغيّر أنماط حياتهم، مضفياً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل. فهل من سبيل إلى جهد منظم، لتوظيفه من أجل قضيتنا العادلة كما يفعل أعداؤنا من أجل قضاياهم غير العادلة؟!

وأصبحنا بفضل هذه الثورة أمام إعلام جديد لا يحتاج إلى أي رأسمال، كل رأسمالك هو هاتفك النقال وكاميرا وحاسوبك الشخصي. ولا يمكن لإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الرواج إلا إذا استخدمه الإعلام التقليدي وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان السبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع الإلكترونية. ويعتقد الكثيرون أن الإعلام الجديد هو الإعلام القادم، فالكثير من التلفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشـر وتعرض خدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التلفزيونية لديها حسابات مثلا على الـ YouTube و الـ Facebook و الـ Twitter.

وعند ظهور مواقع التواصل، فإن العرب إجمالا قاموا باستخدامه اولا، وقبل كل شيء، كأداة للطرح السـياسـي، وذلك لعدم وجود اعلام محايد او مؤسسات للمجتمع المدني او نشاط سـياسـي في الشارع العربي. ولكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل في تغيير واقع السـياسة. وإن دور اعضاء مجموعات فايسبوك او المشاركين هو في غالب الاحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات. لذلك، فإن النشاط السـياسـي في الانترنت لا يترجم بالضرورة الى تغيير او نشاط سـياسـي فعلي في الشارع العربي. وبالرغم من النشاط الكبير على الانترنت في مصـر، الا ان التغيير السـياسـي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الاعلام الجديد مكملا له، وهذا بسبب الامية التي تعاني منها الشعوب العربية.

وقام الإعلام الجديد بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنه لم يكن مفصليا في تسـيير الاحداث. في مصـر، استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الانترنت. وكذلك، في اليمن، يقتصـر عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عدد صغير، لا يواكب حجم الاحداث في الشارع اليمني. لذلك، فإن

حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل اساس عن طريق الاعلام الجديد. ولكن نقطة الاتفاق الرئيس هي عن دور الإعلام الجديد في إيصال صوت الشارع العربي الى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب "والنشاط التويتري" دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي.

ولا يزال دور الحكومات العربية في الاعلام الجديد غامضا، وقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية. ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات العربية فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للاعلام عما نعيشه اليوم. وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل الى مرحلة اكبر من النضج الفكري. سيؤسس المجتمع المدني الى خطاب سياسي جديد وسيكون له أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.

والاعلام الجديد هو باختصار مرحلة انتقالية من الركود الى الوعي السياسي، وبالتأكيد مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني. لذلك، فإننا قد نرى في المستقبل القريب ركودا سياسيا في مواقع التواصل الاجتماعي، يعوض عنه بنشاط حقيقي في منظمات المجتمع المدني والعملية السياسية.

جيل التغيير هو المصطلح الذي يصبو إليه الشاب العربي، والذي سيقوم تدريجيا بالانتقال من الكتابة الشكلية على الانترنت الى التأثير الحقيقي في العملية السياسية، عند حدوث ذلك، فإننا سنشهد تحولا من كون الاعلام الجديد منبرا سياسيا الى أداة اجتماعية، وسيجد الخطاب السياسي مساحة اكبر وتأثيرا أوضح.

وتتأتى القابلية على التغير من المقدرة على ذلك, ومن الاستطاعة لإدراكه, أيا ما تكن المعوقات. ويجند الفرد كما الجماعة بموجبه, قدراتهما على العطاء والتضحية, حتى وإن تطلب الأمر لبلوغ ذلك, التسليم في الرزق أو الطموح أو الحياة, لأن المطلب أقوى بكثير. القابلية هنا لا تحتكم إلى مصلحة خاصة, فردية ومباشرة, ولا تنبني على تطلع لإدراك هذه المنفعة الذاتية أو تلك, مادية كانت أو رمزية. إنها مصلحة الجماعة والمجموعة.

وما أفرزته الأحداث الجديدة في منطقة الشرق الأوسط، والتي لم يجر توصيفها علميا بعد، هل هي ثورات شعبية، أم حركات تغيير، أم احتجاجات شعبية...تجاوزت الأطر الإيديولوجية لمثيلاتها سابقا، فما يحدث، نتج جراء اليأس الذي يصيب الشباب من أن الثروات المادية التي يملكها الحكام العرب، والتي يسخرها الغرب لصالح شعوبه، لم تأت بأي نفع على شعوبنا العربية، هذا اليأس المتراكم لا يحتاج إلى أي فكر ثوري يشحذ همم الناس بقدر ما يحتاج إلى مشاركة المختلفين في الرأي للمشاركة في الحال، وهذا ما ظهر واضحا أن المظاهرات التي جرت في العراق ألغت عمليا مفهوم الطوائف والديانات والفئات القومية، وأعطت مثالا أن مثل هذه التقسيمات هي من صنع السياسيين وليس من صنع الواقع العراقي.

وعلينا أن نفهم أن للتغيير ثقافته، ولا يمكن أن نفرض على أي تغيير شعبي كبير ومتعدد الأطراف أية ثقافة مسبقة، شخصيا تابعت مواقف الأحزاب التقدمية من الأوضاع في تونس ومصر والعراق والسودان واليمن، فوجدت أن هذه الأحزاب تريثت في المواقف، ولكنها أيدت التغيير، هي لا تريد أن تكون بديلا عن حركات الشباب، وفي الوقت نفسه لا تريد أن تتسلم قيادة الشباب، فشعارات اليوم من المرونة والوضوح لم تجد لها بعد أرضية مفاهيمية، وقد شهدنا في ميدان التحرير في مصر كيف أن النكتة تحولت إلى شعارات، وكانت مؤثرة في استقطاب الإعلام، هذا الموقف الجدلي سيكون هو الأكثر صوابا من المواقف التي تقف ضد التغيير، أو تلك التي لا يعنيها التغيير. وبالتأكيد لدينا في العراق هذه المواقف كلها، وعلى الشباب أن يعوا جيدا أن نجاح أية مواقف لا يعني نهاية الصراع، ومشروع الشباب الثوري دون غيره لا يقف عند إنجاز أو شكل حكم، بل يستمر دون توقف، لاسيما في منطقة لم تحصل من التقدم والحداثة إلا القليل..

خاتمة في سوسيولوجيا المجتمع الرقمي

لم يرفع الفكر العربي المعاصر معرفيا من شأن فكرة الاتصال، ليظهر علينا الاتصال الرقمي مع بداية الألفية دون سلاح معرفي نحتمي به. ولاتكمن قيمة الاتصال في ما في الفكرة من قيمة علمية أو سياسية أي ما في الإنتاج الفكري من صحة أو خطأ بل في التسويق لها، حسب المفهوم الحديث للمعرفة لتداول مضامينها

ليترك الحكم للمجتمع وحده وهل به المناعة الثقافية الكافية "لغربلة" المضامين قبل الحكم على الوعاء. أن الحكم القيمي على الأفكار هو حكم قيمي على التقنية أيضا التي لا يجب أن نحد من انتشارها وإلا ستنمو سوقا سوداء لأفكار متطرفة، وإرهابية. وتاريخيا لا يمكن أن نتجاهل أن الحكم القيمي ذو الخلفية الدينية أو السياسية أو الثقافية هو الذي كان وراء إقصاء أكثر من فكرة داخل المجتمعات العربية باسم الدين أو الهوية أو معاداة الاستعمار أو الإمبريالية.

إن التلاقح الحضاري الذي ولّده انتقال المعلومة عبر الانترنت قد رسخ قيم وثقافة البلد المصدِّر للمعلومة والتكنولوجية في آن واحد، وينشأ عن هذه الحتمية التكنولوجية حالة ما يسمى بالصدمة الالكترونية التي سرعان ما تتحول بالبلدان المستوردة من الانبهار بالواقع الافتراضي إلى الاصطدام بالواقع الحقيقي للبلد المصدِّر. ولعل من بين الأسباب القوية للتفاوت الرقمي بين دول الشمال والجنوب يحتل عامل الأمية المسؤولية واسهم في اتساع الهوة الرقمية.

وايضاً عربيا يعود سبب تعطل آلة التسويق لتبادل الأفكار إلى عنصرين متلازمين يمكن تلخيصهما في إشكالية وعي الحرية وإدراك التقنية وهي معضلة فكرية إجرائية في كيف يمكن أن نفهم أن لا قيمة للفكرة مهما كانت طبيعتها إلا إذا شاعت بين الناس. وحتى يمكن بلوغ ذلك فلا بد أن تكون حركة الوسائط الحاملة للأفكار"التقنية" شائعة الملكية وتحررية من حيث المضمون. إن تخلف الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي لا يعود فقط إلى حصرها في بوتقة الشعار السياسي بل إن التخلف الديمقراطي يعود أيضا إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائطها في الفكر العربي. ويؤدي هذا الرفض إلى نبذ انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة وهو العمود الفقري للديمقراطية بالمفهوم الحديث ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج في كيف ندير الشأن العام بعد أن يقول الشعب كلمته في من ينوبه عبر الاقتراع. ولا قيمة للاقتراع الذي يضفي إلى تداول السلطات والرؤساء والبرلمانات والحكومات إذا لم تتوفر معركة فكرية عادلة على واجهة وسائل الإعلام التي هي الفيصل في تقريب صورة كل طرف سياسي إلى المواطن مهما كانت خلفيته الثقافية عن مشكلات الشأن العام.

وإن إعلاما واتصالا لا يسهم في تحديد أوليات المجتمع السياسية والثقافية والاقتصادية لا يمكنه أن يكون فاعلا في أي مشروع يسعى لتداول سلمي على

السلطة كنتيجة حتمية لتداول أهم التصورات حول كيف ندير الشأن العام بالاعتماد على الرأي العام الذي تسهم وسائل الإعلام الحرة في بلورته بشكل محايد وموضوعي بعيدا عن أي توظيف اقتصادي أو سياسي.

في النهاية فإن المجتمعات-سوسيولوجيا-تعدّ ظاهرة على قدر كبير من التعقيد حتى نجزم أنه من السهل أن تأتي نماذج سياسية أو اقتصادية أو فكرية قادرة بكل بساطة وبالاعتماد على التقنية الذكية للاتصالات على إحداث تغيير وبشكل جذري في بنية المجتمعات انطلاقا فقط من كونها تقنية فعالة حتى وإن كانت هذه التقنية في مجال الإعلام. إن بين الظاهر تقنيا في الاتصال اليوم والنتيجة الاجتماعية غدا تظهر اختلافات قد تصل في بعض الأحيان إلى التناقض. إن حركة المنظمات المهنية والجمعيات الأهلية والمجتمع المدني والفرد وهي ما يمكن أن نطلق عليها بالفعل السوسيولوجي عنصر فعال ومحدد أساس في مسيرة التقنية الاتصالية في علاقتها بالموروث الإعلامي.

ويمكننا القول أيضا بأن هذه الشبكات قد اسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكدها من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وتزيحها متى بدا لها ذلك. وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيما جديدة, لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه, مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ويمكننا القول بالمحصلة، إن هذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوبا حية ويقظة, حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي الإعلامية وغيرها

١- مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، "متعدد الوسائط.

٢- استخدم الشباب شبكات التواصل الإجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

٣- عدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً: ويقصد به "الموقع الذي يمارس فيه النقد".

٤- لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها اصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي.

٥- اصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة إفتراضية، وإن من بين مزاياها نهاية فوبيا المكان.

٦- أنّها فضاءات مفتوحة للتمرّد والثورة – بداية من التمرّد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السـياسـية.

٧- يكمن النظر للتغير الاجتماعي بـرؤية "حتمية" التحول في ثلاثة مسارات. أولهما، ما يعرف "بالحتمية التقنية"، وثانيهما، ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية"، ثم الحتمية المعلوماتية.

٨- ان المستخدمين يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي من وراء إنخراطهم في هذا الإعلام أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.

٩- يفتقر الإعلام الجديد الى الوضوح، بالنسبة الى مجاله ومداه، وقد يعني هذا ان اشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصـرة.

١٠- تتشكل الاجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.

١١- ان التغيير السـياسـي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الاعلام الجديد مكملا له.

١٢- إن تخلف الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي يعود إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائطها في الفكر، ويؤدي هذا إلى نبذ انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج.

المصادر والمراجع

- **العربية**

١. اللبان،شريف درويش، ٢٠٠١، تكنلوجيا النشر الصحفي :الأتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة.

٢. صادق ، عباس مصطفى، ٢٠٠٣، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة-ابوظبي .

٣. فيصل،عبد الأمير، ٢٠٠٤، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. جامعة بغداد.

٤. المهداوي، فارس حسن شكر، 2007، صحافة الانترنت.. دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية.. " العربية. نت نموذجا". رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

٥. شويلي، محمد،٢٠٠٣، الاعلام الالكتروني ومفهوم الصحافة، مجلة النبا، العدد السادس، ايار، ص٤٥.

٦. .صحيفة الأتحاد. ألإمارات العربية المتحدة. أبوظبي.العدد ١١٤٦٩ ٢٩ نوفمبر ٢٠٠٦

٧. نبيل دجاني – البعد الثقافي والاتصالي في ضوء النظام العالمي الجديد – المستقبل العربي – بيروت – العدد ٢٢٤ تشرين أول ١٩٩٧ – ص ٥٩.

٨. غسان سلامة – نقد الفكرة العربية من موقع التمسك بها – المستقبل العربي – العدد ٢٧٥ بيروت – كانون الثاني ٢٠٠٢ ص ١٩.

٩. عبد الجليل كاظم الوالي – جدلية العولمة بين الاختيار والرفض – المستقبل العربي – المصدر السابق ص٦٨.

١٠. انطوان بطرس – الانترنت شبكة تحتوي العالم – في كتاب حضارة الحاسوب والانترنت – كتاب العربي – نيسان ٢٠٠٠ ص١٧٧.

١١. انطوان زحلان – تقانة المعلومات – المستقبل العربي – العدد ٢٦٩ – تموز ٢٠٠١ ص ٢٦.
١٢. د. عبد الغني عماد،(سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
١٣. مجموعة مؤلفين،(لتقرير العربي الأول للتنمية الثقافية)، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م.
١٤. جون هارتلي وآخرون،(الصناعات الإبداعية)، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠٧م، ج١.
١٥. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع١٥ ، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣م.
١٦. د. عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١م.
١٧. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨م.
١٨. أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩م.
١٩. دنيس مكويل،(الإعلام وتأثيراته - دراسات في بناء النظرية الإعلامية)، ترجمة: عثمان العربي،١٩٩٣م.
٢٠. د. مي العبد الله، (الاتصال والديمقراطية)، بيروت، دار النهضة العربية،٢٠٠٥م.
٢١. د. نصر الدين لعياضي، "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من ٧-٩ ابريل ٢٠٠٩م، ص١٨.
٢٢. د. عزة مصطفى الكحكي، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من ٧-٩ ابريل ٢٠٠٩م، من ص٢٦٩ الى ص٢٧٢.
٢٣. د. عبد الله زين الحيدري، "الإعلام الجديد: النظام والفوضى"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من ٧-٩ ابريل ٢٠٠٩م، ص١٢٨.

٢٤. د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الامارات العربية المتحدة، ٢٠١٢م.
٢٥. د.علي محمد رحومة،(الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.
٢٦. د.نهوند القادري، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٨م.
٢٧. د.جمال الزرن،(تدويل الاعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية)، دمشق، دار صفحات، ٢٠٠٧م.
٢٨. سعيد بن جبلي،(رصد الاعلام الجديد وعلاقته بالرأي العام- سلاح المهمشين العرب)، في ثالث أيام مهرجان القاهرة للإعلام، الثلاثاء٢٠٠٧/١٢/٤م.
٢٩. د. جمال الزرن، "هندسة المكان الإفتراضي منتجة لخطاب ثقافي"، مدونة مقعد وراء التلفزيون.
٣٠. د.عبد الله الزين الحيدري،(ما المقصود بالزمن الميدياتيكي؟)، مدونة أجيال.
٣١. عبد العزيز طرابزوني، "حقيقية الإعلام الجديد في الربيع العربي.. ومستقبله".
٣٢. ياسين النصير، "ثقافة التغيير"، مجلة الرافدين.
٣٣. د. جمال الزرن، "أنسنة" أو الثقافي في تكنولوجيات الاتصال والفضاء العام، مدونة مقعد وراء التلفزيون.
٣٤. طرازي، فيليب (١٩٢٩) تاريخ الصحافة العربية بيروت: دار صادر
٣٥. العربي، عثمان (٢٠٠٢) الإنترنت: الانتشار والاستخدام في المملكة العربية السعودية. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح" ٢٢ مسقط -٢٤ أبريل ٢٠٠٢م.
٣٦. العسكر، فهد (١٤٢٤هـ) تطور الصحافة السعوديّة في عهد خادم الحرمين الشريفين ١٤٠٢-١٤٢٣هـ كتاب تحت الطبع، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٣٧. العسكر، فهد: الشهري، فايز (٢٠٠٣) اتجاهات الصحفيِّين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الانترنت:بحث معد للمؤتمر العلمي السنوي الثاني لأكاديمية أخبار اليوم: "الصحافة وآفاق التكنولوجيا"القاهرة ٢٠٠٣ (غير منشور).
٣٨. عواطف ، عبد الرحمن (١٩٨٩) دراسات في الصحافة العربيّة المعاصرة بيروت: دار الفارابي.

٣٩. القرني، علي شويل، (٢٠٠٢) الخطاب الإعلامي- العربي والسعودي نموذجا ، الرياض: مطبعة الجريد.
٤٠. اللبان، شريف درويش، (٢٠٠١) تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤١. لقمان، فاروق(١٩٩٧) هشام ومحمد علي حافظ: تدويل الصحافة العربية، جدة: الشركة السعودية للابحاث والتسويق.
٤٢. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (١٩٩١) الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، تونس: إصدارات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
٤٣. هيكل، محمد حسنين (١٩٨٥) بين الصحافة والسياسة ، بيروت: شركة المطبوعات للنشر والتوزيع ط٦.

- الأجنبية

- Alshehri, Fayaz A. (2000) Electronic Newspapers on the Internet: A study of the production and consumption of Department of Journalism Studies, University of Sheffield.
- Alterman, J. (1998) *New Media, New Politics? From Satellite Television to the Internet in the Arab World*, The Washington Institute for Near East Policy.
- Boyd, D(1999). Broadcasting in the Arab World. Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Mowlana H. (1998) Media Ecology: Challenges and Opportunities in the Age of Globalization. Seminar paper at the Center for Contemporary Arab Studies at Georgetown University -November 19:

- Robson, C. (2002) Real World Research, 2nd edition: Oxford, Blackwell Publishers Ltd.
- Rugh, A.W. (1987) *The Arab Press,* 2 edn. Syracuse University Press.
- Schleifer, A. (1998) Media Explosion in the Arab World: The Pan-Arab Satellite Broadcasters [Internet]. *Transnational Broadcasting Studies* (*Electronic Journal*) Fall (1): Available from: <http://www.tbsjournal.com/html/pan-arab_bcasters.html> Accessed 10 October 1998.
- Shapiro, A.(1999) The Control Revolution, New York: A century Foundation Book PublicAffaiers.
- Singer, J., Tharp, M. and Haruta, A. (1998) Superstars or Second-Class Citizens?: Management and Staffing Issues Affecting Newspapers' Online Journalists. AEJMC: Newspaper Division.
- UNDP (United Nations Development Programme) (2002) Arab Human Development Report 2002.
- Walter, A(2000). Mass Mediations: New Approaches to Popular Culture in the Middle East and Beyond. Berkley, California: University of California Press.

فهرس المحتويات







الأردن - عمــــان - الأشــرفيــة
تــلفاكـــس ٠٠٩٦٢٦٤٧٧٨٧٧٠
ص.ب ٥٢٠٦٥١ عمـــان ١١١٥٢ الأردن
Email: dar_yafa@yahoo.com